

Praktikumsbericht und Auslandserfahrungsbericht

[REDACTED]

[REDACTED]

[REDACTED]

4. Fachsemester M.A. Europäische Sprachen

Dauer des Praktikums: 7 Wochen

Ort: Leipzig

Dauer der Auslandsaufenthalte: je 10 Monate

Ort: Thailand, Spanien



Inhalt

Einleitung.....	2
1. Das Unternehmen.....	4
1.1. Die Abteilung Event-Marketing.....	5
1.2. Mein Tätigkeitsfeld	5
1.3. Weitere Aufgabenfelder.....	6
1.4. M.A. Europäische Sprachen – ein geeigneter Studiengang für das Berufsfeld?	6
2. Meine Auslandserfahrungen	8
2.1 English-Teacher Assistant in Thailand	8
2.2 Erasmus in Spanien	9
3. Skizzierung einer Reportage für den MDR	10
Bilanz.....	14
Quellen.....	15



Einleitung

Seit dem Wintersemester 2013/14 absolviere ich den konsekutiven Masterstudiengang *Europäische Sprachen* an der Technischen Universität Dresden. Das Studium gliedert sich im Bereich der Sprachwissenschaften in die drei thematischen Schwerpunkte *Sprachgeschichte*, *Sprachliche Räume und Systeme* und *Kommunikatives Handeln*. Für eine persönliche Profilbildung müssen zwei der drei Bereiche für das folgende Studium ausgewählt werden. Einen zweiten, fremdsprachlichen Teil des Studiengangs bilden die Sprachpraxis-Module. Dafür muss eine romanische und eine slawische Sprache erlernt bzw. ausgebaut werden. Um praxisbezogene Aspekte der Sprachwissenschaft kennenzulernen, ist ein Auslandsaufenthalt Teil des Moduls *Wissenschaftliche Praxis*.

Um den praktisch-sprachwissenschaftlichen Zielen des Auslandsaufenthalts zu genügen, schien das Absolvieren eines Praktikums im Ausland eine besonders praxisnahe, kulturell bildende und intensive Erfahrung. Ich empfand es als optimal, wenn meine in der Vergangenheit liegenden, einjährigen Auslandsaufenthalte (*weltwärts* 2009-2010 und *Erasmus* 2011-2012) durch die Erfahrung eines Auslandspraktikums ergänzt würden und nach sozialen und universitären Erfahrungen nun auch berufliche folgten.

Seit meinem achtwöchigen Praktikum beim ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) in Mainz im Rahmen meines Bachelors der *Sprache und Kommunikation* fand ich großen Gefallen an der Unternehmenskommunikation. Dort war ich in der Hauptabteilung Kommunikation / Interne Kommunikation angesiedelt. Mein Ziel war es jedoch, in weiteren Praktika verstärkt in den Kontakt mit der Zielgruppe Kunde zu treten. Um mein Profil in diese Richtung zu stärken, suchte ich nach Auslandspraktika im Bereich der externen Kommunikation. Die Anfragen blieben leider ergebnislos. Ich schaffte es allerdings, ein Praktikum in der Sprachschule *Deutsch-Klub* in Sankt-Petersburg zu bekommen. Zur Unterstützung des Deutschunterrichts werden dort Muttersprachler eingesetzt.

Im Hintergrund lief währenddessen meine Bewerbung beim Mitteldeutschen Rundfunk (MDR) in der Abteilung Kommunikation / Eventmarketing, welche ich zu den Zwecken eines freiwilligen Praktikums mit weit gefasstem Wunschzeitraum versendet hatte. Überraschend erhielt ich dort eine Zusage, aber der Zeitraum überlappte mit dem des Praktikums an der Sprachschule. In Absprache mit dem Superior Adviser Holger Kuße entschied ich mich, trotz des Standorts im Inland aus zwei Gründen für das Praktikum bei MDR: Zum einen war der kulturelle Austausch nicht maßgeblich notwendig für meinen weiteren Lernfortschritt, da ich schon

über breite Auslandserfahrung aus zwei einjährigen Auslandsaufenthalten verfüge. Zum anderen, und letztendlich ausschlaggebend, war der Schwerpunkt des Praktikums, welcher bei MDR optimal zu meinem Wunschprofil passte.

Nach meiner Entscheidung stand am 17. Dezember 2015 das Bewerbungsgespräch bei MDR an. Es verlief ausgesprochen gut und war gekennzeichnet durch offene Fragen über mein Studium und über mein vergangenes Praktikum. Außerdem von Interesse waren meine Erfahrungen der Auslandsaufenthalte in Spanien und Thailand, sowie eine aktuelle Hausarbeit zur Zielgruppenforschung und zur Werbesprache. Direkt nach Beendigung des Gesprächs bekam ich eine endgültige Zusage.

Da dem MDR eine gute Aus- und Weiterbildung nachgesagt wird, erhoffte ich mir, viel von dem Unternehmen zu lernen. Nicht zuletzt erwartete ich, dass ich das universitäre Wissen der vergangenen drei Semester anwenden könnte, ganz besonders das der Veranstaltungen *Neuere Entwicklungen in der Angewandten Linguistik, Sprache auf Karten*, sowie theoretisches Wissen der Vorlesungen *Grundlagen des Marketings* und *Marketing-Mix*, welche ich freiwillig zur Ergänzung meines Studiengangs besuchte. Neben dem Aneignen von fachlichen Kompetenzen hoffte ich natürlich auch, freundlich in das Eventmarketing-Team aufgenommen zu werden.



1. Das Unternehmen

Am 1. März im Jahr 1924 geht die Mitteldeutsche Rundfunk AG (MIRAG) zum ersten Mal auf Sendung. Die Sendezeit beträgt zunächst zwei bis drei Stunden täglich. Sie gilt als eine der ersten großen überregionalen Rundfunkgesellschaften Deutschlands, die weitere Entwicklung des Senders endet jedoch vorerst nach der Gleichschaltung aller Sender während des Zweiten Weltkriegs. Das Unternehmen geht in den Reichssender Leipzig über. Nach dem Ende des Kriegs wird der MDR gegründet, nach einer erneuten Vereinheitlichung, dieses Mal des DDR-Rundfunks in Berlin, darf der Sender allerdings in seiner Form nicht weiter bestehen.

Eine dritte Geburtsstunde erlebt der Mitteldeutsche Rundfunk im Jahr 1992 nach der Auflösung der DDR und dessen Rundfunkkanäle und tritt der Arbeitsgemeinschaft der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Deutschlands (ARD) bei - einer Sendergruppe, die nach dem Zweiten Weltkrieg zum Zweck der Dezentralisierung gegründet wurde. Mit dem Eintritt in die ARD übernimmt der Sender die Rechtsform einer öffentlich-rechtlichen Anstalt. Erster Intendant des MDR wird Henning Röhl.

Der Sender bearbeitet die Bundesländer Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Die Zentrale befindet sich in Leipzig, weitere Landesfunkhäuser sind in den Landeshauptstädten/Städten Erfurt, Magdeburg, Halle und Dresden. Heute besteht der MDR aus dem MDR Fernsehen (mit ländereigenem Regionalprogramm für Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen), sowie neun verschiedenen Hörfunkprogrammen (MDR 1 Radio Sachsen, MDR Sachsen-Anhalt, MDR Thüringen, MDR Jump, MDR Figaro, MDR Info, MDR Sputnik, Sorbischer Rundfunk, MDR Klassik (nur digital)). Der MDR steht als öffentlich-rechtliche Anstalt im Dienst der Öffentlichkeit. Neben einem Grundversorgungsauftrag und einem gesetzlich definierten Programmauftrag ist eine der weiteren wesentlichen Aufgaben des öffentlich-rechtlichen Senders die Wahrung der politischen und wirtschaftlichen Unabhängigkeit. Grundsätze in Bezug auf Werbung, Sendungen, Telemedienangebote sowie Kinder- und Jugendschutz sind vorgegeben.

Öffentlich-rechtlich bedeutet auch, dass der MDR zum Großteil von der Allgemeinheit getragen wird. Die Finanzierung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wird in Deutschland gesichert durch den Rundfunkbeitrag (früher: Rundfunkgebühr), der pro Haushalt und pro Monat 17,98€ (17,50€ ab dem 1. April 2015) beträgt. Der MDR finanziert sich zweitrangig auch durch Werbeeinnahmen und Sponsoring, jedoch dürfen diese Einnahmen die 10% - Marke nicht übersteigen (vgl. INT 1).

1.1. Die Abteilung Event-Marketing

Jedes Unternehmen ist in mehrfacher Hinsicht mit der Öffentlichkeit verbunden. Um die Schnittstelle von Kunde und Unternehmen bzw. Mitarbeiter und Unternehmen zu pflegen, leitet sich aus dieser Tatsache die Existenz einer Abteilung ab, die für die (interne und externe) Unternehmenskommunikation zuständig ist. Sie hat zur Aufgabe, die Beziehungen zu den Bezugsgruppen durch den Einsatz von Kommunikationsmitteln möglichst günstig zu gestalten. Im Fall des Event-Marketings (EM) wird diese Aufgabe mithilfe eines unterhaltenden oder informierenden Ereignisses durchgesetzt. Der Ansatz des EM erhofft sich durch die erlebnisorientierte Kommunikation ein erhöhtes Aktivierungspotenzial im Vergleich zu traditionellen Werbemaßnahmen, was in einer größeren Wirkung resultiert. EM ist keine eigenständige Methode, sondern Teil der Kommunikationspolitik (vgl. INT 2).

1.2. Mein Tätigkeitsfeld

Von meinen Kollegen wurde ich zunächst sehr freundlich aufgenommen und sofort als gleichberechtigte Mitarbeiterin behandelt. Von Anfang an durfte ich wichtige Aufgaben ausführen und Verantwortung tragen, ich wurde außerdem gut unterstützt und bei Fragen ernst genommen.

Jedes Jahr veranstaltet der MDR rund sieben Filmreviews. Aufgabe der Abteilung EM ist die Planung, Organisation und Durchführung dieser Events. Im Zeitraum meines Praktikums standen zwei Filmpremieren für das Buchenwalddrama *Nackt unter Wölfen* im Zentrum – Die Premiere eines Films, der von einem Jungen erzählt, der nach Buchenwald kommt und damit praktisch dem Tode geweiht ist. Ein paar Häftlinge nehmen sich des Jungen an und beschützen ihn unter Einsatz ihres eigenen Lebens. Der Junge wird zum Symbol für Widerstand, Liebe und Menschlichkeit. Anzumerken ist an dieser Stelle, dass das Thema eine veränderte Herangehensweise als bei anderen Previews erfordert, welche sich zum Beispiel im Verzicht eines roten Teppichs äußern. Die Ausstrahlung erfolgte am 1. April 2015 um 20.15 Uhr im Ersten.

Eine meiner Aufgaben bestand darin, mich in das Event Management Programm DAP Evenizer einzuarbeiten. Das Programm unterstützt die Organisation und die Abwicklung eines Events, indem es Gästelisten einspeist und ihre Registrierung vor Ort ermöglicht. Geladen waren ausschließlich Personen, die als Meinungsführer gelten und eine Funktion als Multiplikatoren einnehmen. Insgesamt waren etwa 500 Personen pro Veranstaltung geladen. Der ständige Import und Export von Gästelisten, die Erstellung von Sitzplänen und der Versand

der Einladungen waren verantwortungsvolle Aufgaben, die mir oblagen. Bei den Veranstaltungen vor Ort war ich der Ansprechpartner für jegliche Anliegen das Programm betreffend und es lag in meinem Aufgabenbereich, den Hostessen eine Einführung für die Arbeit mit dem Programm zu erteilen. Die Previews fanden am 19. März in Weimar und am 25. März in Berlin statt und waren mit einer zweitägigen Dienstreise für alle Beteiligten verbunden. Die Presseresonanz der Premieren war außerordentlich positiv.

1.3. Weitere Aufgabenfelder

Neben den Premieren von *Nackt unter Wölfen*, zwei Events, die unsere Hauptaufmerksamkeit in Anspruch nahmen, war ich in weitere spannende Projekte involviert, unter anderem in die Planung einer großen Kampagne für den Radiosender MDR Sputnik. Um die Bekanntheit des Senders zu steigern und um auf das neu eingeführte DAB+ aufmerksam zu machen, wurde eine Arbeitsgruppe aus Marketingverantwortlichen gegründet, an der ich partizipieren und Ideen beisteuern durfte. Meiner Kreativität waren keine Grenzen gesetzt. Die Umsetzung der Kampagne wird nach aktuellem Stand im Juli 2015 beginnen.

Eine weitere Preview für den Krimi *Zorn – Vom Lieben und Sterben* (Ausstrahlung am 16. April 2015 im Ersten) gab mir die Chance, mich mit den Ansätzen des *Content-Marketing* vertraut zu machen und ein Konzept für den Premierenablauf und alle weiteren Kommunikationsmaßnahmen zu erstellen. Das Projekt endete mit der Präsentation meiner Ausarbeitung vor dem Marketingleiter der MDR-Kommunikation.

Des Weiteren war es meine Aufgabe, die Mitarbeiter bei Recherchen, sowie bei allen anfallenden Tätigkeiten, die sich im Laufe des Arbeitsprozesses ergeben, zu unterstützen.

1.4. M.A. Europäische Sprachen – ein geeigneter Studiengang für das Berufsfeld?

Ich bin überzeugt davon, dass sprach- und kommunikationswissenschaftliches Wissen für die Erfüllung der Aufgaben beim MDR hilfreich sind. Durch die Arbeit mit dem Kommunikationsmodell von Ruth Cohn in dem Seminar *Präsentieren auf Spanisch* habe ich beispielsweise Regeln für eine effektive Gruppenarbeit kennen gelernt. Eines der Postulate besagt, dass die Teamarbeit erst dann Früchte tragen kann, wenn alle persönlichen Differenzen geklärt sind. Besonders wird auch hervorgehoben, wie wichtig es ist, für sich selbst zu sprechen, damit eine persönliche Meinung klar als solche gekennzeichnet ist. Während des Arbeitsprozess bei MDR habe ich die Gesprächssituationen mit diesem Hintergrundwissen besser analysieren können und versucht, nach den Postulaten zu handeln.

Außerdem behandelte eine Hausarbeit der Veranstaltung *Sprache auf Karten* die Werbesprache und ging der Frage nach, ob es eine Zielgruppensprache gibt. Zu diesem Zweck las ich mich in die Grundlagen des Marketing-Mix ein. Dieses Wissen, neben dem Wissen, welches ich in den Veranstaltungen *Marketing-Mix* und *Grundlagen des Marketings* erwarb, ermöglichte mir, Parallelen zur Marketing-Theorie und der MDR Marketing-Praxis zu ziehen. Ein Ergebnis meiner Hausarbeit war die thematische und optische Stringenz von verschiedenen Produkten oder Dienstleistungen ein und desselben Unternehmens - ein roter Faden, ein großer Bogen, der sich über alle Werbemaßnahmen spannt. Bei MDR war zu erkennen, dass die unterschiedlichen MDR-Marken große Autonomie genießen und selbst über ihr Design entscheiden. Das führt dazu, dass keine optischen, thematischen oder sprachlichen Verbindungen zwischen den Werbemaßnahmen erkennbar sind. Eine Tatsache, die zumindest laut Marketingtheorie das Potenzial von Werbung nicht optimal ausschöpft.

Als sehr nützlich entpuppte sich außerdem die Veranstaltung *Neuere Entwicklungen in der angewandten Linguistik*. Eines der Hauptthemen des Oberseminars war der militärische Informationskrieg. Ein Höhepunkt der Veranstaltung war ein Vortrag von einem dem Militär angehörenden Offizier, der unter anderem für die Entwicklungen von Narrativen zuständig ist. Ein Narrativ hat zur Aufgabe, militärische Ziele nach außen zu kommunizieren, um ihre Akzeptanz und Daseinsberechtigung zu steigern. Das Narrativ muss verschiedenen Anspruchsgruppen genügen bzw. muss diese befriedigen und es bestimmt ein gewünschtes Endziel. Verschiedene Narrative sollten außerdem eine gewisse Konsistenz aufweisen, was vor allem der Generierung von Authentizität und Glaubwürdigkeit dient. Die Ähnlichkeit von Marketingmethoden und der theoretischen Herangehensweise bei der Erstellung von Narrativen ist groß, jedoch wird vermutet, dass aus ethischen Gründen auf eine identische Terminologie verzichtet wird.

Ich denke weiterhin, dass mein zukünftiges, berufliches Einsatzfeld in den Aufgabenbereich der Kommunikationspolitik fallen soll, allerdings nicht zwingend in das EM. Sehr viel Freude hatte ich auch bei der kreativen Ausarbeitung der Kommunikationsmaßnahmen für die Kampagne von Radio Sputnik, ein Teilbereich, welcher bei MDR nicht dem EM zugeordnet ist. Die Fremdsprachenkenntnisse, welche ich mir über die letzten drei Semester hinweg aneignete, konnte ich während meines Praktikums leider nicht anwenden. Es ist jedoch nicht auszuschließen, dass ich in Zukunft von meinen Fremdsprachenkenntnissen im Bereich der externen Kommunikation profitieren kann.

2. Meine Auslandserfahrungen

Im nun folgenden Teil des Berichts werden in komprimierter Form meine Erfahrungen und kulturellen Lernfortschritte, die ich in Thailand und Spanien machte, illustriert. Dies soll einen kurzen Einblick in die Länder ermöglichen, wobei natürlich beachtet werden muss, dass diese Eindrücke sehr subjektiv sind. Nach den kurzen Einführungen in zwei fremde Kulturkreise folgt dann in Teil 3 der Vorschlag für eine Reisereportage, wie sie im MDR gesendet werden könnte.

2.1 English-Teacher Assistant in Thailand

Seit dem Jahr 2008 existiert das Programm *weltwärts*, ein entwicklungspolitischer Freiwilligendienst, der vom BMZ (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung) ins Leben gerufen wurde. Im Rahmen des Programms verreisten bisher rund 20.000 Freiwillige, um ein Entwicklungsprojekt im Ausland zu unterstützen. Mir persönlich eröffnete *weltwärts* die Möglichkeit, von August 2009 bis Mai 2010 als English-Teacher Assistant in Thailand zu arbeiten. Ich verbrachte zehn Monate in der Stadt Ubon Ratchathanee im Nordosten des Landes und unterrichtete an der Nari-Nukul School, einer Schule, dessen Konzept in etwa dem einer weiterführenden Gesamtschule entspricht.

Mein Aufenthalt war gekennzeichnet durch drei Phasen: Zunächst kam die Phase des Kulturschocks, welche als linear abfallende Stimmungskurve über einen Zeitraum von 3 Wochen beschrieben werden kann. Ich empfand starkes Unwohlsein und meine Aufnahmefähigkeit und Lernfähigkeit waren stark begrenzt. Der Grund dafür kann in den Umweltveränderungen gesehen werden, die meine ganze Aufmerksamkeit forderten. Auf diese Phase folgte die Periode der Eingewöhnung, der Integration und des kulturellen Lernens, in der meine Stimmungskurve schnell empor stieg. Schritt für Schritt konnte ich mich auf die thailändische Kultur und die Menschen einlassen. Nach etwa drei Monaten endete dieser Abschnitt und ich hatte das Gefühl, angekommen zu sein. Über die weiteren Monate hinweg folgte die weitere Anpassung und Integration. Einige Elemente jedoch, wie beispielsweise die indirekte Kommunikation 'über fünf Ecken', blieben mir fremd und eine vollständige Anpassung erschien mir nicht angemessen. Letztere Phase charakterisierte sich durch die vollständige Eingewöhnung, bis hin zu dem Gefühl, nicht in das Heimatland zurückkehren zu wollen.

Auch wenn mein allgemeines Wohlbefinden sich in den eben beschriebenen Phasen genau wiederfindet, so stellte der Englischunterricht auf fachlicher Ebene zu jedem Zeitpunkt eine besonders große Herausforderung dar. Mein Aufgabenbereich überschritt bei weitem den ei-

nes Englischlehrerassistenten und so stieg ich vom Assistenten zum Lehrer auf. Die Größe der Klassen war mit 50 und 60 Schülern sehr groß, das Durchschnittsalter betrug in etwa 14 Jahre. Um das Lernklima nachempfinden zu können, sei an dieser Stelle angefügt, dass die Klassenräume keine Türen hatten, an der Decke vier quietschende Ventilatoren kreisten und das Dach aus Wellpappe großen Lärm erzeugte bei Regen (→Regenzeit).

Fazit: Der Auslandsaufenthalt in Thailand war nicht nur auf fachlicher, sondern auch auf persönlicher Ebene ein Sprung ins kalte Wasser. Der Gewinn an Erfahrung, Eigenständigkeit und kultureller Kompetenz übersteigt die schwierigen Situationen allerdings um ein Vielfaches. Bis zum heutigen Tag ist das Land mit seiner Kultur ein Teil von mir.

2.2 Erasmus in Spanien

Erasmus ist das weltweit größte Förderprogramm für universitäre Auslandsaufenthalte. Es gibt Studierenden aus ganz Europa die Chance, im europäischen Ausland zu studieren und die erbrachten Leistungen mithilfe des ECTS (European Credit Transfer Systems) an der Heimatuniversität anerkennen zu lassen. Die Finanzierung erfolgt aus dem Gesamtbudget des EU-Haushalts.

Gut ein Jahr nach meinem entwicklungspolitischen Freiwilligendienst bekam ich durch Erasmus die Möglichkeit, meine Erfahrungen durch einen universitären Auslandsaufenthalt in Alicante von August 2011 bis Juli 2012 zu erweitern und den Studiengang *B.A. Sprache und Kommunikation* im Ausland weiterzuführen. Die Grundvoraussetzungen, das heißt das Land, die Sprache und die Kultur betreffend, unterschieden sich stark im Vergleich zu meinem vorangegangenen Auslandsaufenthalt– Spanisch war mir auf B2-Niveau des Gemeinsamen Europäischen Referenzrahmens (GER) bekannt und auch wenn die spanische Kultur anders als die Deutsche ist, so ist sie der Deutschen doch näher als die thailändische. Die Herausforderungen die sich stellten, waren dementsprechend auch völlig andere.

Jedes Jahr nimmt die *Universidad de Alicante* mehr als tausend Erasmusstudierende auf, wodurch die Fülle anderer Austauschstudierender hoch ist. Die erste Schwierigkeit war dementsprechend, spanische Landsleute zu treffen und kennen zu lernen. Es dauerte rund drei Monate, bis ich Freundschaften zu Spaniern und Spanierinnen aufbauen konnte. Mit diesem Schritt war meine Integration und mein Heimatgefühl zu Spanien deutlich gestärkt. Eine große Herausforderung ist meines Erachtens die Balance aus sozialen Kontakten zu Spaniern und Spanierinnen und zu anderen Erasmusstudierenden. Zum einen ist der Kontakt zu anderen Erasmuslern wichtig für den Austausch über Probleme und Erfahrungen in Spanien. Kontakt zu

Spaniern/Spanierinnen auf der anderen Seite ist essentiell für den kulturellen Kompetenzfortschritt und nicht zuletzt, für die Verbesserung der sprachlichen Fähigkeiten.

Die vielfältigen Universitätsveranstaltungen bereiteten mir große Freude und Arbeitsaufwand zugleich. Mit viel Stolz blicke ich heute darauf zurück, dass ich viele Veranstaltungen dank des ECT-Systems anrechnen und meinen Bachelor trotz des Aufenthaltes in Alicante nach drei Jahren beenden konnte. Für meine persönliche Entwicklung war der Spanienaustausch ein wichtiger Schritt, der mich in vielerlei Hinsicht positiv für meine weitere Zukunft prägte.

3. Skizzierung einer Reportage für den MDR

Das Programmangebot des MDR ist vielfältig, neben Unterhaltungsshow, Dokumentationen, Fernsehfilmen, Nachrichten, Magazinen und Talks gehören auch Reportagen in das Programmsortiment. Aus diesem Grund ist der Mitteldeutsche Rundfunk immer auf der Suche nach spannenden Themen, die sich für eine Reportage eignen. Das Genre der (Fernseh-)Reportage ist gekennzeichnet durch einen Protagonisten, der so nah an den Ereignissen von Interesse dran ist, dass der Zuschauer das Gefühl hat, selbst vor Ort zu sein. Für diesen Zweck versucht der Protagonist so gut wie möglich die Sinneseindrücke wiederzugeben. Die Reportage berichtet nicht, sondern erzählt eine Geschichte. Ziel der Reportage ist, ein kleines Stück Welt genauer zu erklären (vgl. INT 3).

Um der Reportage einen angemessenen Rahmen zu geben, wird eine Serie vorgeschlagen, in der jede Woche ein neues Land vorgestellt wird. Die ersten Länder, über die der Zuschauer einen Einblick erhalten sollen, sind Thailand und Spanien. Für die Zielgruppe steckt sich die Reportage folgende Ziele: Durch die junge Protagonistin (ich selbst) wird eine junge Zielgruppe im Alter von 14 bis 40 Jahren angestrebt. Damit soll die Senkung des Durchschnittsalters unterstützt werden, ein Ziel, das sich der MDR für das Jahr 2017 gesteckt hat (vgl. INT 4). Jede Reportage wird außerdem in folgende Rubriken eingeteilt: Essen, Klima, Natur und Menschen.

In einem Raster werden im folgenden meine Erfahrungen in Bezug auf die Rubriken geschildert. Im Fall eines Reportagen-Drehs kann dieses Raster als Konzept herangezogen werden.

	THAILAND	SPANIEN
ESSEN	Es empfiehlt sich an dieser Stelle, mit der Kamera auf die Straße zu gehen und	Kulinarisch hat Spanien einiges zu bieten, die bekanntesten Leibspeisen:

	<p>das treiben rund um die Garküchen zu filmen. Hygienisch ist es nicht, doch überraschenderweise wird der, der mutig genug ist, ein Geschmackswunder erleben. Dieses kulinarische Erlebnis soll der Zuschauer quasi mitempfinden. Vorsicht ist allerdings geboten für Menschen mit schwachem Magen – das kann ein böses Ende nehmen!</p> <p>Nach diesem Erlebnis soll nun ein Blick hinter die Kulissen geworfen werden. Wie sieht es aus in thailändischen Küchen? Welche Gewürze werden verwendet? Etc. Das Zauberwort ist leider meistens Glutamat. Der Geschmacksverstärker wird in rauen Mengen angewendet.</p>	<p>Tapas und Paella. Zwei ganz besondere Lokale namens „Lizarran“ und „100 Montaditos“ haben immer mittwochs alles im Sonderangebot – Da bietet sich dann ein Hochgenuss, den kein/e Student/in und kein/e Low-Budget-Reisende/r verpassen sollte. Die Reportage soll wieder spiegeln, wie viel Leben in den Restaurants Spaniens herrscht, wie viel Wert der Spanier auf gutes Essen legt und wie viel Zeit er sich dafür nimmt. Mal eben im Vorbeigehen etwas essen? Ein absolutes No go.</p> <p>Gewöhnliche Abendessenszeit: 22.00 Uhr!</p>
<p>KLIMA</p>	<p>Die Protagonistin ist umringt von zwei Standventilatoren und zwei Wandventilatoren. Kann man da noch schwitzen? Ja, kann man! Im thailändischen Sommer ist die Hitze nur schwer zu ertragen. Die Kamera filmt Menschen, wie sie mit einem Regenschirm unterwegs sind, der sie vor den Sonnenstrahlen schützt. Widersprüchlicherweise steht auf der Prioritätenliste eines jeden Thailänders die weiße Haut – sie ist Zeichen für Schönheit, Reichtum und gute Abstammung.</p> <p>Wirklich bewegen sollte man sich erst am Nachmittag wieder. Eine Alternative bieten Räume mit Air Condition – die</p>	<p>Die Sommermonate in Spanien sind unglaublich heiß. Der Wind weht stark, doch die Luft die er bringt, ist mindestens genauso warm wie das Klima. Für Hitzeliebhaber ein echter Traum. Trotzdem verständlich, dass sich das Leben hauptsächlich morgens und abends abspielt, dann, wenn sich die Temperaturen gemäßigt haben.</p> <p>Der Zuschauer soll nun in eine Parallelwelt mitgenommen werden, denn in den Wintermonaten kann es erstaunlich kalt werden. Nicht die Temperatur an sich erzeugt die Kälte, sondern schlechte bis keine Isolierung.</p>

	<p>Temperatur beträgt dort gerne einmal 18 Grad! Die Kamera zeigt eine frierende Protagonistin im Air-Conditioned Raum.</p>	<p> rung der Häuser und das Leben ohne Heizung lassen gefühlte -10 Grad entstehen.</p>
NATUR	<p>Der Süden des Landes ist umringt von Meer – ein Urlaubstraum, für jeden, der sich gerne in Badehose oder im Bikini an den Strand legt. Wunderschöne Stände sind jedoch überfüllt und viele Touristen geben den Städten einen unschönen Anstrich– einen Anstrich geprägt vom Sex-Tourismus.</p> <p>Ganz anders und viel natürlicher ist es im Inneren des Landes. Der Zuschauer wird zu einem Besuch eines Wasserfalls mitgenommen und erlebt, wie Thais ihre Freizeit genießen. Planschen mit Klamotten im Wasser (nur der Mann darf sich entblößen) in beeindruckender Natur. Schwimmen können Thais in der Regel übrigens nicht.</p>	<p>Die Natur hat ganz besonders in der Umgebung von Alicante einiges zu bieten. In Deutschland hat wandern gerade unter jungen Menschen keinen guten Ruf – ganz anders in Spanien. An den Wochenenden steht häufig ein Ausflug in die nahe gelegenen Berge an. Nicht zwangsläufig mit professioneller Ausrüstung, es geht auch in Flip-Flops oder Lackschühchen. Die Flora und Fauna lässt das Herz des deutschen Fernsehzuschauers höher schlagen. Palmen und andere mediterrane Pflanzen vermitteln das Gefühl von Urlaub.</p>
MEN- SCHEN	<p>Thailänder sind westlichen Ausländern gegenüber eher zwiegespalten. Vielleicht beschreibt das Wort Hass-Liebe ihre Gefühlswelt am Besten. Zum einen möchte der Thailänder in der Regel so aussehen wie der Ausländer der westlichen Kultur, d.h. er beneidet seinen Nasenrücken, sein Kinn, seine weiße Haut und seine blonden Locken. Weiße Haut ist zudem mit finanziellem Reichtum assoziiert. Zum anderen hegt er eine Art</p>	<p>Die Kamera zeigt, wie ganz besonders ältere Menschen auf der Straße am Leben teil haben und sich mit Bekannten unterhalten. Eine Besonderheit, wie integriert die ältere Gesellschaft ist und wie lebensfroh sie wirkt. Um das lebendige Treiben der älteren als auch der jungen Menschen zu beobachten, ist ein Besuch der Marktes <i>Mercado Central</i> unumgänglich. Hier werden alle Sinne an-</p>

	<p>Abneigung, die bis hin zu Furcht geht. Prinzipiell gehen Thais mit ihrem Gegenüber sehr respektvoll um. Sobald man ihnen Interesse an ihrer Kultur, Religion oder Sprache entgegen bringt, sind sie begeistert. Sie sind sehr gastfreundliche Menschen und bereit, wirklich alles zu teilen.</p>	<p>gesprachen: In jeder Ecke ein Murmeln vermischt mit den Schreien der Marktschreier. Der Geruch geht von sehr intensiv riechendem Fisch über Fleisch über Gemüse, gepaart mit dem Geruch der Hitze.</p>
--	---	---

TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN



Bilanz

Meine Erwartungen an das Praktikum wurden erfüllt. Ich hatte zahlreiche Möglichkeiten, meine Theoriekenntnisse einerseits in die Praxis umzusetzen, aber andererseits auch einiges Neues zu lernen. Nach Beendigung konnte ich die Praktikumsstelle mit einem durchweg positiven Gefühl verlassen. In meinem Berufswunsch hat mich das Praktikum weiterhin bekräftigt, doch zunächst empfinde ich die Erfahrung für das weitere Studium als hilfreich. Für die nun folgende Masterarbeit im vierten Semester möchte ich das Thema der Unternehmenskommunikation ins Zentrum rücken und weiter vertiefen. Ich denke, dass das Tätigkeitsfeld Unternehmenskommunikation ein Berufsfeld für MA Europäische Sprachen darstellt. Es ist allerdings von Vorteil, wenn man Eigeninitiative zeigt und während des Studiums passende Praktika und Zusatzveranstaltungen besucht. Diese Faktoren werden die Berufsfindung mit Sicherheit erleichtern.

Für meinen persönlichen Werdegang waren die Auslandsaufenthalte ganz besonders prägend. Ich versuche, jeder kulturellen Eigenheit Verständnis entgegen zu bringen - mit Sicherheit ein Verdienst, der den Auslandsaufenthalten zuzuschreiben ist. Die Umsetzung einer Reportage beim MDR über Spanien und Thailand ist eine tolle Schnittstelle, die meine Erfahrung bei MDR und meine Erfahrungen im Ausland verbindet.



Quellen

INT 1: <http://www.mdr.de/unternehmen/organisation/geschichte/verteilseite2106.html>

INT 2: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/57718/event-marketing-v6.html>

INT 3: <http://www.journalist.de/ratgeber/handwerk-beruf/redaktionswerkstatt/sieben-goldene-thesen-fuer-reporter.html>

INT 4: <http://www.mdr.de/unternehmen/organisation/dokumente/verteilseite2104.html>



TECHNISCHE
UNIVERSITÄT
DRESDEN