

## Aufgaben

Interne und externe Kommunikation für den Bereich Finanzen und Vertrieb:

### Entwicklung und Umsetzung von internen Kommunikationsstrategien:

- Verfassen von Inhalten für das Intranet, Mitarbeitermagazine und andere interne Kommunikationsmittel.
- Organisation von internen Veranstaltungen, Meetings und Schulungen.
- Sicherstellung eines effizienten Informationsflusses innerhalb der Abteilung.

### Medienarbeit:

- Erstellung von Pressemitteilungen, Stellungnahmen und anderen schriftlichen Materialien.
- Aktualisierung des „Argumenta“
- Pflege von Kontakten zu Journalisten und Medienvertretern.
- Organisation von Pressekonferenzen, Interviews und anderen medialen Veranstaltungen.

### Presse- und Öffentlichkeitsarbeit:

- Koordination der Anmeldung und Registrierung von Teilnehmern.
- Bereitstellung von Informationen an Teilnehmer vor der Veranstaltung
- Betreuung von Gästen.
- Kommunikation und Abstimmung mit Veranstaltungspartnern und Sponsoren

### Management eines Projektes im Bereich Social Media:

- Eigenständige Durchführung eines Projekts für Pressestellen & Pressesprecher mit verschiedenen Schnittstellen
- Planung und Umsetzung von Social-Media-Strategien
- Überwachung & Analyse von Social-Media-Aktivitäten

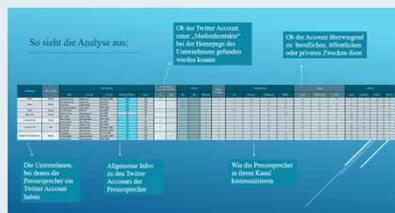
### Sonstiges:

- Enge Zusammenarbeit mit Marketing, Vertrieb, Produktmanagement und anderen relevanten Abteilungen.



## Ergebnis meiner Arbeit & Learnings für die Zukunft

Mein Praktikum als Kommunikationsreferentin bei BMW war eine lehrreiche Erfahrung. Die Einbindung in bedeutende Projekte und die Zusammenarbeit mit einem professionellen Team haben meine Kenntnisse erweitert und mir wertvolle Einblicke in die facettenreiche Welt der Unternehmenskommunikation verschafft. Gleichzeitig hat mir diese Erfahrung gezeigt, dass ich kein Interesse daran habe, zukünftig in einem großen Konzern zu arbeiten. Stattdessen empfinde ich die Arbeit in kleinere Firmen als angenehmer, kreativer und abwechslungsreicher.



### Learnings:

- Ich konnte mein Verständnis für strategische Kommunikation vertiefen, insbesondere in Bezug auf die zielgerichtete Ansprache verschiedener Zielgruppen und die Integration von Offline- und Online-Kanälen.
- Die Möglichkeit, an der Entstehung von Kommunikationsstrategien teilzunehmen, stärkte meine Fähigkeiten in der Planung und Umsetzung von Projekten: Durch meine Social-Media- Recherche lernte ich selbstständig ein Projekt zu leiten
- Mein eigenes Projekt durchzuführen, zeigte mir, dass ich eine Arbeitsweise bevorzuge, bei der ich für mehrere Tagen oder Wochen ein bestimmtes Thema vertiefe, anstatt mich mit vielen alltäglichen Aufgaben zu befassen
- Mein Praktikum ermöglichte mir wichtige Einblicke in die interne Organisation und Funktionsweise großer Unternehmen.

## Methodologischer Hintergrund

Informationen rund um mein Praktikum:

- Mein Praktikum begann in Februar 2022 als freiwilliges Praktikum. **Ziel** war es für mich herauszufinden, ob mir die Arbeit in einem multinationalen Unternehmen Spaß macht und ich mich zukünftig eine Position als Pressesprecherin vorstellen konnte.
- **Die Anzeige** für meine Praktikumsstelle fand ich bei der offiziellen Webseite von BMW im Internet. Die Idee nach einer solchen Stelle zu suchen, kam aus meinem Interesse nach München zu ziehen und die Arbeitsstruktur eines großen Konzerns kennenzulernen.
- **Zum Unternehmen:** BMW ist einer der führenden Automobilhersteller weltweit und zeichnet sich seine innovativen Fahrzeuge aus. Mit Hauptsitz in München ist BMW bekannt für seine exzellente Verbindung von Tradition und Moderne.
- **Wo fand mein Praktikum statt?**

Im Rahmen meines 6-monatigen Praktikums arbeitete ich im BMW Turm im 6.Stock mit Aussichten zum Olympiapark



## Herausforderungen

- **Umfangreiche und komplexe Organisation:** Als großes Unternehmen hat BMW komplexe Organisationsstrukturen. Das Verständnis der verschiedenen Abteilungen und Kommunikationskanäle war anfangs herausfordernd für mich, da ich gerade frisch aus dem universitären Kontext rausgekommen bin und noch keine Erfahrung hatte.
- **Hoher Qualitätsstandard:** BMW ist für seine hohe Qualität und Standards bekannt, auch in Bezug auf die Unternehmenskommunikation. Als Praktikantin musste ich immer sicherstellen, dass meine Arbeit den hohen Erwartungen entspricht und den Markenrichtlinien folgt, was sehr einschüchtern war.
- **Multidisziplinäre Zusammenarbeit:** In der Unternehmenskommunikation bei BMW arbeiten Teams oft multidisziplinär zusammen. Als Praktikantin musste ich effektiv mit Fachleuten aus verschiedenen Bereichen wie Marketing, PR und Eventmanagement zusammenarbeiten. Dies fiel mir sehr schwierig, weil ich lernen musste bestimmte Aufgaben zu priorisieren und andere zu vernachlässigen.
- **Erfahrung mit verschiedenen Medienformaten:** Ich musste mit verschiedenen Medienformaten wie Social Media, Pressemitteilungen und internen Kommunikationsplattformen arbeiten. Die Anpassung an unterschiedliche Kommunikationskanäle war eine wichtige Lernkurve während meines gesamten Praktikums.
- **Schnelles Arbeitstempo:** BMW ist bekannt für ein schnelles Arbeitstempo. Dies empfand ich als sehr belastend und unterdrückend, da ich mich schnell an neue Projekte und Anforderungen anpassen musste, was sehr viel Aufmerksamkeit und ein hohes Maß an Disziplin erforderte.
- **Corona-Zeiten:** Da ich während der Pandemie begonnen habe, waren viele Arbeitstage zu Beginn vom Homeoffice aus; dies war sehr demotivierend für jemand Neues, die sich nicht mit dem Team oder mit den Aufgaben auskennt.

## Links und Kontakte

- **Kontakt BMW:** [bewerber.hotline@bmw.de](mailto:bewerber.hotline@bmw.de)
- **Webseite der BMW Group:** <https://www.bmwgroup.com/de.html>
- **Karriereportal:** <https://www.bmwgroup.jobs/de/de.html>

