

Praktikumsbericht

Auslandspraktikum

Angaben zur Person und zum Praktikum der/des Studierenden

Studienfach: Internationale Public Relations

Master: Internationale Public Relations

Praktikumszeitraum: 01/10/2024 – 31/01/2025

Praktikumsort: Barcelona

Praktikumsinstitution: The Hotels Network

1. Planung und Vorbereitung

Die Planung und Vorbereitung meines Praktikums in Barcelona begann mehrere Monate vor dem Starttermin. Der Bewerbungsprozess gestaltete sich als etwas schwierig, da es nicht so einfach war entsprechende Stelle für ein passendes Praktikum im Ausland im Bereich PR und Marketing zu finden.

Was mir half war bewusst Schlagwörter wie „german“, „german speaking“ oder „DACH“ bei LinkedIn, Indeed oder anderen Jobportalen einzugeben, um direkt Arbeitgeber zu finden, die nach deutschsprachigen Studenten für ein Praktikum suchten. Nach dem Einreichen meiner Bewerbungsunterlagen bei diversen Unternehmen im Ausland, folgten Online-Vorstellungsgespräche für drei Unternehmen zwei in Barcelona und eines in Amsterdam. Dort konnte ich bereits einen ersten Eindruck von meinen zukünftigen Aufgaben und dem Unternehmen gewinnen.

Nachdem ich die Zusage für Barcelona erhalten hatte, begann die Organisation der Unterkunft. Da ich noch keine Vorkenntnisse über die Stadt hatte, entschied ich mich für eine temporäre Unterkunft über eine Housing-Agency. Letztendlich fand ich ein Zimmer in einer Wohngemeinschaft im Stadtteil Eixample, was sich als ideal herausstellte, da es eine gute Mischung aus Ruhe und zentraler Lage bot.

Vor Beginn des Praktikums nahm ich an einem kurzen Spanischkurs teil, um meine Grundkenntnisse zu verbessern. Obwohl Englisch im Unternehmen die Hauptarbeitssprache war, halfen mir die Spanischkenntnisse, mich im Alltag besser zurechtzufinden.

2. Praktikumsverlauf

Mein Praktikum fand in einem internationalen Startup statt, das sich auf die Verbesserung der Direct Channel Sales von Hotels spezialisiert hat. Mein Aufgabenbereich war abwechslungsreich und bot mir die Gelegenheit, verschiedene Aspekte des digitalen Marketings kennenzulernen.

Zu meinen Haupttätigkeiten gehörten das Erstellen und Versenden von E-Mail-Kampagnen sowie die Gestaltung von Landingpages, zu beispielsweise neuen Tools, wie unserem KI-Rezeptionist „KITT“. Dabei lernte ich, HubSpot effektiv einzusetzen, ein CRM- und Marketing-Tool, das einen großen Teil der internen Abläufe des Unternehmens abdeckte. Zudem unterstützte ich die Organisation von Events und Webinaren, indem ich beispielsweise Einladungen verschickte, Teilnehmerlisten koordinierte und bei der technischen Umsetzung half.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Erstellung von Co-branded Marketingmaterialien. Hierbei arbeitete ich eng mit dem Sales-Team zusammen, um sicherzustellen, dass die Materialien unserer Corporate Identity entsprachen. Außerdem war ich für das Korrekturlesen und die sprachliche Anpassung von Verkaufs- und Marketingunterlagen in Deutsch zuständig. Zudem übernahm ich erste Übersetzungsarbeiten von diversem Pitch und Sale Decks in verschiedenen Sprachen, die dann stets von einem Muttersprachler Korrektur gelesen wurden.

Regelmäßig nahm ich an Marketing-Meetings teil, in denen die aktuelle Strategie besprochen und neue Kampagnen geplant wurden. Meine Aufgabe war es dabei, die Umsetzung zu unterstützen. Darüber hinaus erstellte ich diverse Blogartikel zu relevanten und bekannten Themenfeldern für unseren eigenen Blog auf der Website, so beispielsweise auch einen Artikel wie Taylor Swifts Era Tour die Hotelindustrie beeinflusst hat.

3. Soziale Kontakte

Das Arbeiten in einem internationalen Team war eine bereichernde Erfahrung. Meine Kolleginnen und Kollegen kamen aus unterschiedlichen Ländern, was eine offene und multikulturelle Arbeitsatmosphäre schuf.

Besonders hilfreich war es, dass das Unternehmen regelmäßig Team-Events wie Afterwork-Drinks oder sportliche Aktivitäten wie Padel-Tennis oder Yoga organisierte, bei denen ich meine Kolleginnen und Kollegen noch besser kennenlernen konnte.

Auch außerhalb der Arbeit konnte ich schnell soziale Kontakte knüpfen. Meine Mitbewohner in der Wohngemeinschaft wurden zu Freunden, und durch WhatsApp Gruppen wie „Deutsche in Barcelona“ oder Bumble Friends fand ich schnell Anschluss.

Die offene und gastfreundliche Mentalität der Spanier erleichterte es, sich schnell zu integrieren und wohlfühlen. Barcelona ist eine Stadt voller junger internationaler Studierender und Berufseinsteiger, die alle auf der Suche nach neuen Kontakten sind und eine große Offenheit für neue Begegnungen mitbringen. Darüber hinaus bieten zahlreiche Erasmus-Gruppen eine große Auswahl an organisierten Aktivitäten, wie Ausflüge und Bar-Abende, die das Knüpfen von Freundschaften noch einfacher machen.

4. Alltag und Freizeit

Barcelona bot eine ideale Mischung aus Arbeit und Freizeit. Nach der Arbeit nutzte ich oft die Gelegenheit, die Stadt zu erkunden. Besonders beeindruckend waren die architektonischen Meisterwerke von Gaudí, wie die Sagrada Família und der Park Güell. Auch wenn diese als typische „Touri-Attraktionen“ gelten, war ich selbst nach wiederholten Besuchen immer wieder begeistert. Die Strände der Stadt zählten auch zu meinen Top-Places. Auch im Januar wenn in München alle froren traf ich mich hier mit Freunden zum Karten spielen und entspannen.

An den Wochenenden unternahm ich häufig Tagesausflüge in die Umgebung, zum Beispiel nach Montserrat oder Girona. Sogar Madrid war durch die schnellen und preiswerten Zugverbindungen in etwas mehr als zwei Stunden erreichbar. Ein weiteres Highlight war die kulinarische Vielfalt Barcelonas: Von traditionellen Tapasbars bis hin zu internationalen Restaurants gab es stets Neues zu entdecken.

Zudem hatte ich oft Besuch von Freunden aus Deutschland. Gemeinsam genossen wir die verschiedenen Sehenswürdigkeiten und machten die Clubs der Stadt unsicher.

5. Kosten und Finanzierung

Barcelona gehört zu den teureren Städten Spaniens. Meine größte monatliche Ausgabe war die Miete. Auch wenn ich in einer Wohngemeinschaft wohnte, zahlte ich für eine zentrale Lage mit wöchentlichem Cleaning-Service über eine Housing-Agency 960€. Das ist schon eher im oberen Bereich, aber die meisten meiner Freunde zahlten nicht wesentlich weniger, um die 700-800€ für meist kleinere Zimmer in größeren WGs. Ich wollte zudem auch bewusst nicht in der Altstadt wohnen, um die Touristenmassen und engen Gassen bei Nacht zu meiden. Dort ist es meist etwas preiswerter. Für Einkäufe nutzte ich vor allem Mercadona, eine spanische Supermarktkette, oder Lidl. Lebensmittel sind in Spanien etwas preiswerter, Restaurants oder Cafés hingegen empfand ich als vergleichsweise teuer, und auf demselben Preisniveau wie in München.

Mein Praktikum wurde durch die Erasmus Förderung zum Teil unterstützt, was mir sehr half, die Kosten zu decken. Zudem handelte es sich um ein bezahltes Praktikum. Zusätzlich suchte ich auch häufiger nach günstigen oder kostenlosen Freizeitangeboten, wie Besuchen von Museen an ihren kostenlosen Tagen oder Spaziergängen durch die verschiedenen Stadtviertel und Beach Days.

6. Praktikum und Studium

Mein Studium im Bereich Internationale Public Relations lieferte mir eine solide Grundlage, die ich im Praktikum direkt anwenden konnte. Besonders die Kenntnisse im Bereich interkulturelle Kommunikation erwiesen sich als hilfreich. Gleichzeitig bot das Praktikum die Möglichkeit, praktische Erfahrungen zu sammeln und mein Wissen zu erweitern.

Durch die vielseitigen Aufgaben erhielt ich einen tiefen Einblick in die Arbeitswelt des Marketings und konnte meine beruflichen Interessen schärfen. Das Praktikum bestärkte mich in meiner Entscheidung, eine Karriere im Bereich Content Marketing und Events zu verfolgen.

Mein Studium im Bereich Internationale Public Relations lieferte mir eine solide Grundlage, die ich im Praktikum direkt anwenden konnte. Besonders die Kenntnisse im Bereich interkulturelle Kommunikation und strategische Planung erwiesen sich als hilfreich.

Gleichzeitig bot das Praktikum die Möglichkeit, wertvolle praktische Erfahrungen zu sammeln und mein theoretisches Wissen gezielt zu erweitern.

Durch die vielseitigen Aufgaben erhielt ich einen umfassenden Einblick in die Arbeitswelt des Marketings, insbesondere in die Bereiche Content Marketing, Eventplanung und CRM-Management.

Ich lernte, wie wichtig eine klare Kommunikation und effiziente Arbeitsorganisation in einem internationalen Team sind. Dabei konnte ich meine Fähigkeiten im Umgang mit digitalen Tools, wie HubSpot, sowie meine analytischen Kompetenzen bei der Auswertung von Marketingkampagnen ausbauen.

7. Fazit

Das Praktikum in Barcelona erfüllte meine Erwartungen voll und ganz. Die Stadt bietet durch ihre kulturelle Vielfalt und Lebensqualität einen idealen Rahmen für ein Praktikum. Besonders prägend waren die Herausforderungen, mich in ein internationales Team einzufügen und vielseitige Aufgaben eigenständig zu bewältigen. Dabei konnte ich nicht nur berufliche, sondern auch persönliche Kompetenzen weiterentwickeln. Es zeigte mir, wie stark kulturell geprägt Arbeitsweisen, Zielverfolgung und deren Umsetzung sein können, und ich empfand es als extrem bereichernd, in einem so internationalen Team zu arbeiten.

Barcelona ist nicht nur wegen Sonne und Wetter zu empfehlen, sondern auch aufgrund der vielen jungen internationalen Menschen, eines reichen kulturellen Angebots und natürlich dem Meer!

Zukünftigen Praktikanten und Praktikantinnen würde ich empfehlen, frühzeitig mit der Planung für ein Auslandspraktikum zu beginnen und offen für neue Erfahrungen zu sein und vor allem bei der Suche nicht aufzugeben!