

Kuli, Taschengeld, Händedruck und tschüss?

PraktikantInnen in österreichischen Medienunternehmen 2008



GESPU

Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung
(Verein für Journalistenausbildung)

GPA djp

DIE JOURNALISTENGEWERKSCHAFT

www.journalistengewerkschaft.at

Die Studie wurde von der GESPU gemeinsam mit der Journalistengewerkschaft in der GPA-djp initiiert und finanziert.

Projektleitung und Endredaktion: **Roman Hummel**

Durchführung: **Robert Allmer**

Mitarbeit: **Thomas Hauzeneder**

Mag. Robert Allmer ist freier Kommunikationswissenschaftler in Salzburg.

Kontakt: robert.allmer@yahoo.de

Univ. Prof. Dr. Roman Hummel ist Leiter der Abteilung Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und Mitglied des Vorstands der Gesellschaft für Publizistik.

Kontakt: roman.hummel@sbg.ac.at

**Fotos: Génération-Précaire, Frankreich; Plattform Generation
Praktikum; Urs Thalmann, Schweiz, GPA-djp**

Impressum: Gewerkschaft der Privatangestellten, Druck, Journalismus, Papier, Alfred-Dallinger-Platz 1, 1034 Wien, Tel. 05 0301-301, service@gpa-djp.at - www.gpa-djp.at

DVR 0046655, ZVR 576439352

Das Wesentliche auf einen Blick

- Rund 800 Praktikanten waren 2007 in österreichischen Medienbetrieben tätig. Rund 230 von ihnen absolvierten ein von ihrer Ausbildungsinstitution vorgeschriebenes Pflichtpraktikum.
- Nur in der Hälfte aller Praktikumsbetriebe gibt es auch Ausbildungsverantwortliche.
- „Der typische Praktikant“ arbeitet zwei Monate in einer 37-Stunden-Woche und erhält dafür unter vierhundert Euro pro Monat bezahlt.
- Üblicherweise durchlaufen Praktikanten mehrere Ressorts, verfassen redaktionelle Beiträge, führen Interviews durch und nehmen auch an Pressekonferenzen teil.
- Die im Praktikum erworbenen Kenntnisse beziehen sich vor allem auf „journalistisches Handwerk“, kaum jedoch auf Regeln wie Medienrecht und Medienethik.
- Unternehmensrepräsentanten, Verantwortliche aus Ausbildungsinstitutionen und auch die Praktikanten selbst halten das Praktikum überwiegend für sinnvoll und nützlich.
- Die Arbeitsrechtssituation – Versicherung, Bestehen kollektivvertragliche Regelungen – ist der Mehrheit der Praktikanten, aber auch der Mehrheit der Personalentscheider und Betriebsräte nicht wirklich bekannt.
- Am wenigsten wird Praktikanten beim Privatrundfunk, am meisten bei Tageszeitungen bezahlt.

Die Problemlage

Im vergangenen Jahrzehnt ist es an zahlreichen Bildungsinstitutionen in Österreich zur Einführung von verpflichtenden Praktika gekommen. In der medialen, politischen und akademischen Diskussion war seither oft die Rede von einer „Generation Praktikum“ (Stolz 2005: 1). Die Debatte um die studentische Alterskohorte, die zunehmend un- oder unterbezahlten Tätigkeiten in nicht geregelten Verhältnissen nachgehen muss, wird teilweise sehr kontroversiell geführt und mündete in die Gründung verschiedener Plattformen und Netzwerke (vgl. dazu www.generation-praktikum.at). Ein Problem dieser Diskussion liegt aber in der bislang ungenügenden empirischen Datenbasis. – In Österreich gibt es dazu lediglich zwei aktuelle Studien (vgl. Amann 2007; Schopf/Ringler 2007). Schopf/Ringler (2007: 22)¹ konstatieren, dass der Medienbereich zu den praktikumintensivsten Branchen zählt. Vor allem im Medienbereich kommen Praktikanten² zum Einsatz. Zu dieser Schlussfolgerung gelangen auch zwei Studien aus Deutschland (vgl. Brieds/Minks 2007: 9; Grün/Hecht 2007: 14). Alle vier hier erwähnten Berichte gehen allerdings nicht näher auf die Praktikumsituation in Medienunternehmen ein.

Wer ist eigentlich Praktikant? Nicht zuletzt die Einführung von englischen und französischen Bezeichnungen wie Trainee, Intern oder Stagiaire in die deutsche Sprache machen eine Definition schwierig. Laut dem Hauptverband der österreichischen Sozial-

¹ Anfang Oktober 2008 wurde eine weitere einschlägige Untersuchung vom BSA präsentiert, welche aber bis Redaktionsschluss dieser Studie noch nicht vorlag.

² Sämtliche in dieser Arbeit verwendeten Begriffe verstehen sich geschlechtsneutral, d. h. der Begriff Journalist schließt genauso Journalistin ein, wie Mitarbeiter auch Mitarbeiterin bezeichnet und Autor für Autorin gilt. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde auf Doppelbezeichnungen und Binnen-I-s verzichtet.

versicherungsträger (2008: o. S.) gibt es grundsätzlich zwei zu unterscheidende Gruppen von Praktikanten: a) Ferialpraktikanten und b) Volontäre.

Ferialpraktikanten sind Schüler und Studierende, die eine im Rahmen des Lehrplans bzw. der Studienordnung vorgeschriebene oder übliche Tätigkeit verrichten. Es muss sich dabei nachweislich um Schüler oder Studenten handeln, die im Betrieb auch entsprechend dieser Fachrichtung eingesetzt werden. Obwohl diese Gruppe als „Ferialpraktikanten“ bezeichnet wird, kann nicht nur während der Ferienzeit, sondern während des ganzen Jahres das Praktikum absolviert werden. *Falls* keine anderen – kollektivvertraglichen – Regelungen bestehen, sind Ferialpraktikanten nur unfallversichert.³ Ob ein Entgelt bezahlt wird oder nicht, obliegt – mit Ausnahme jener Kollektivverträge, die eine ausdrückliche Regelung vorsehen – der freien Vereinbarung zwischen Arbeitgeber und Praktikant. Eine derartige kollektivvertragliche Regelung gibt es seit Juni 2007 für Ferialpraktikanten in Tages- und Wochenzeitungen. Demnach ist ein Entgelt in Höhe von 508 Euro pro Monat auszuzahlen.⁴ In allen anderen Medienbereichen gibt es eine derartige Regelung nicht.

Volontäre sind hingegen Personen, die sich *ausschließlich* zum Zwecke der Erweiterung und Anwendung von meist theoretisch erworbenen Kenntnissen ohne Arbeitsverpflichtung in einem Betrieb betätigen. Es handelt sich somit um Personen, die auf Grund ihrer Vorbildung bzw. abgeschlossenen Ausbildung bereits theoretisch zur Ausübung des jeweiligen Berufes befähigt sind, jedoch eine praktische Erweiterung ihres erworbenen Wissens anstreben.

³ Die für Ferialpraktikanten normierte Vollversicherung wurde durch das Sozialversicherungs-Änderungsgesetz 2005 (SVÄG 2005) mit August 2005 aufgehoben. Seit diesem Zeitpunkt sind Ferialpraktikanten nicht mehr zur Pflichtversicherung anzumelden. Diese Unfallversicherung ist allerdings nicht vom Arbeitgeber zu entrichten. Die Finanzierung der Unfallversicherung erfolgt aus Mitteln des Familienlastenausgleichfonds und durch die Allgemeine Unfallversicherungsanstalt (AUVA).

⁴ Stand während des Untersuchungszeitraums bis 31. 5. 2008. Laut Erkenntnis des Verwaltungsgerichtshofes (Zahl: 97/08/0078) haben Kollektivverträge hinsichtlich der Entgeltansprüche von Ferialpraktikanten, die in keinem Arbeitsverhältnis stehen, keine Regelungsbefugnis. Der VwGH beruft sich dabei auf § 2 Abs. 2 Z 2 Arbeitsverfassungsgesetz (ArbVG), wo festgehalten ist, dass durch KV die gegenseitigen aus dem Arbeitsverhältnis entspringenden Rechte und Pflichten der Arbeitgeber und Arbeitnehmer geregelt werden können. Es kann daher, so der VwGH, von vorneherein (und ohne dass dies im KV ausdrücklich normiert wurde) nicht davon ausgegangen werden, dass der KV Entgeltansprüche von Ferialpraktikanten regelt, die nicht Dienstnehmer sind. *Sieht ein KV Entgeltansprüche für Ferialpraktikanten vor, ist somit davon auszugehen, dass es sich arbeitsrechtlich um Arbeitnehmer handelt.* Dieser Status führt zu einer Pflichtversicherung als „echter“ Dienstnehmer.

Volontäre unterliegen nur der Teilversicherung in der Unfallversicherung. Es besteht kein Entgeltanspruch.

Der vorliegende Forschungsbericht konzentriert sich auf Praktikanten im Medienbereich und damit auch auf Studierende einschlägiger Bildungsinstitutionen (obwohl natürlich auch manche angehenden Germanisten, Volkswirte und andere ein Praktikum in einem Medienunternehmen machen dürfen – sie sind aber nicht dazu verpflichtet). In Österreich gibt es gegenwärtig fünf Bildungsinstitutionen, die ein Pflichtpraktikum im Kommunikations- bzw. journalistischen Bereich vorschreiben: Es sind dies der Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, das Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt, der Studiengang für Journalismus und Medienmanagement an der FH Wien, der Studiengang für Journalismus und Unternehmenskommunikation an der FH Joanneum in Graz sowie – abseits der tertiären Ausbildungsschiene und mit erheblich geringerer Kapazität – die Katholische Medienakademie.

Da das Ergebnis dieser Studie als Entscheidungshilfe für Institutionen der Politik wie auch der Bildung gedacht ist, stehen folgende Problembereiche forschungsleitend im Mittelpunkt:

- Die Anzahl der Praktikanten, ihre Haupteinsatzgebiete, Betreuung, Einbindung in die Redaktion und sozialrechtliche Absicherung, die Sinnhaftigkeit der Praktika für die Betriebe, Auswirkungen auf Redaktion und Arbeitsmarkt. Hierzu wurden Betriebsräte und Personalentscheider österreichischer Medienunternehmen telefonisch befragt.

- Die gewonnenen Berufseinsichten der Praktikanten, durchgeführte Tätigkeiten, erworbenes Rollenselbstverständnis, Rechtssituation und Bezahlung, Einschätzung der Sinnhaftigkeit für die Praktizierenden: Dies wurde durch eine schriftliche Befragung erhoben. Zusätzlich konnten Aufschlüsse über die Verteilung der Praktikanten auf die einzelnen journalistischen Praxisfelder durch eine Auswertung von Praxisbestätigungen gewonnen werden.

- Bewertung der Praktika durch Repräsentanten der Bildungsinstitutionen, der Stellenwert im Lehrplan, Kooperation mit Praktikumsbetrieben, Problembewusstsein für Praktikumssituation. Dies wurde durch Leitfaden-Gespräche erhoben.

Die Erfahrungen im Praktikum

Zur Erhebungsmethode

Da es Ziel dieser Studie war, einen möglichst umfassenden Überblick über die Praktikumsituation in Medien im Jahr 2007 zu erstellen, wurden Studierende jener Bildungsinstitutionen kontaktiert, die ein Praktikum in diesem Zeitraum vorgeschrieben haben.⁵ Demnach beträgt die Grundgesamtheit aller 2007 in

⁵ Am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg ist das Praktikum im Laufe des Bakkalaureatsstudiums zu absolvieren. Für die Befragung wurden nur jene Absolventen kontaktiert, deren Praktikumsbestätigungen aus dem Bereich des Journalismus stammen. Am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft der Universität Klagenfurt ist das Pflichtpraktikum im Laufe des 2. Studienabschnitts zu absolvieren. Erst danach kann das Seminar zur Reflexion der Praxis belegt werden. Es wurden daher jene Studierenden befragt, die im Wintersemester 2007/2008 bzw. Sommersemester 2008 eines dieser Seminare belegt haben. – In diesem Zusammenhang bedanken wir uns bei den Lehrveranstaltungsleitern (F. Frankl, K. Nessmann, W. Pöllauer, G. Stotz) für die Aussendung der Fragebögen an die Teilnehmer. Am Studiengang für Journalismus und Medienmanagement der FH Wien ist ein Langzeitpraktikum im 7. Semester vorgesehen. In die Untersuchung einbezogen waren daher jene Studierenden, die im Wintersemester 2007/2008 dieses Langzeitpraktikum absolviert haben. Am Studiengang für Journalismus und Unternehmenskommunikation an der FH Joanneum in Graz sind zwei Praktika vorgeschrieben. Eines zu Abschluss des 4. Semesters (Kurzpraktikum), das zweite im gesamten 7. Semester (Langzeitpraktikum). Befragt wurden jene Studierenden, die im Sommersemester 2007 das kurze bzw. im Wintersemester 2007/2008 das lange Praktikum absolviert haben. – Dank an Markus Blömeke für die Verteilung der Fragebögen in den entsprechenden Jahrgängen am Studiengang. An der Katholischen Medienakademie sind drei Praktika zu je vier Wochen im Laufe des Lehrgangs vorgeschrieben. Die Dauer des Lehrgangs beträgt zwei Jahre. Befragt wurden

Österreich zu einem journalistischen Praktikum Verpflichteten nach unseren Erhebungen nur rund 30 Prozent jener Praktikantenzahl, die von den Betriebsräten und Personalentscheidern in unserer Erhebung genannt wurden. Die Vermutung liegt daher nahe, dass in einem überwiegenden Ausmaß Praktika auch von Studierenden absolviert werden, denen dies durch ihren Studienplan nicht vorgeschrieben ist.

Die Studierenden wurden im März und April 2008 entweder per E-mail (KMA, Universität Salzburg, Universität Klagenfurt – da hier keine direkte Erreichbarkeit über ein spezifisches Seminar gegeben war) oder direkt in der Lehrveranstaltung (FH Graz, FH Wien) per Selbstausfüller schriftlich befragt. Insgesamt wurden somit 235 Studierende kontaktiert (siehe Tabelle 1), von denen 81 ausgefüllte Fragebogen retourniert wurden. Die Rücklaufquote (34,5%) ist somit sehr zufriedenstellend.

Tabelle 1: Rücklauf der Studierendenbefragung

Institut	FB Kommunikationswissenschaft, Univ. Salzburg	Inst. f. Medien- und Kommunikationswissenschaft, Univ. Klagenfurt	Katholische Medienakademie	Studiengang f. Journalismus und Medienmanagement, FH Wien	Studieng. f. Journalismus u. Unternehmenskommunikation, FH Graz
Anzahl Befragte	83	137 ⁶	11	49	47
Rücklauf	31,3% (26 Fragebögen)	28,9% (13 Fragebögen)	63,6% (7 Fragebögen)	44,9% (22 Fragebögen)	27,7% (13 Frageb.)

Die 86 Respondenten sind allesamt zwischen 20 und 32 Jahren alt, der Großteil (64%) zwischen 22 und 24 Jahren. Das Geschlechterverhältnis entspricht mit zwei Drittel Frauen und einem Drittel Männern ziemlich genau der tatsächlichen Verteilung an den einzelnen Instituten (vgl. dazu Tabelle 13: Übersicht Pflichtpraktika).

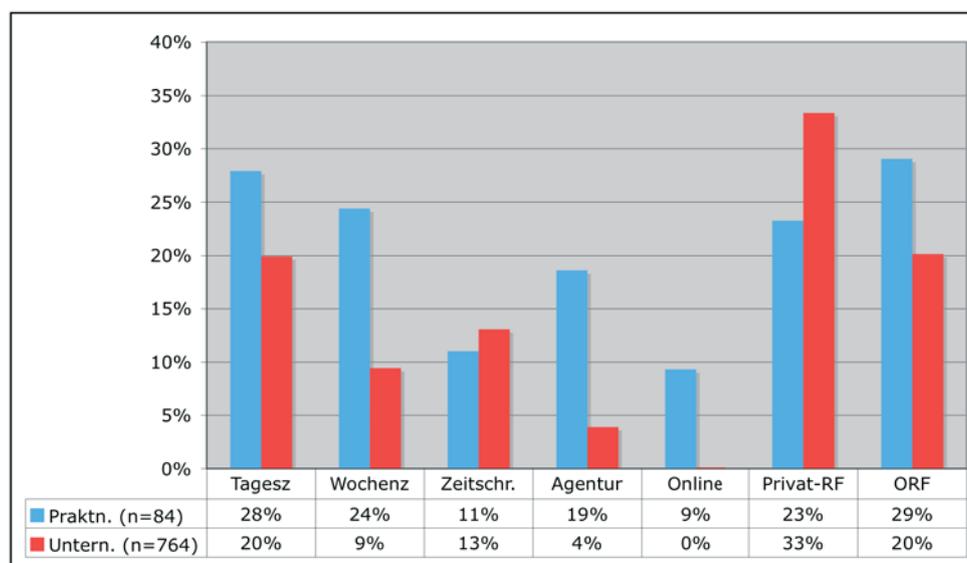
jene Teilnehmer, die den Lehrgang 2006/2007 absolviert haben. – Dank an Frau Kneissl für die Aussendung der Fragebögen an die Teilnehmer des Lehrgangs 2006/2007.

⁶ 137 Studierende haben die fünf Reflexionsseminare besucht. Es ist davon auszugehen, dass am Institut in Klagenfurt nicht mehr als ein Drittel – wie auch am Fachbereich Kommunikationswissenschaft in Salzburg (vgl. Kapitel: Analyse der Praktikumsbestätigungen – ein journalistisches Praktikum macht. Somit kommen insgesamt rund 45 Studierende als Grundgesamtheit in Frage. Die Rücklaufquote erhöht sich dadurch entsprechend.

Wo und wie man praktiziert

Die Suche nach Praktikumsplätzen scheint unproblematisch: Für zwei Drittel (66,2%) war die Suche einfach bzw. sehr einfach, für ein weiteres Fünftel (19,8%) „mittel“ und nur für 13,9 Prozent schwierig bzw. sehr schwierig.

Abbildung 1: Praktika in Medienbranchen, Vergleich Studierenden- und Betriebsumfrage



Beim ORF, bei Tages- und Wochenzeitungen sowie beim privaten Rundfunk werden den Angaben der Studierenden zufolge⁷ die meisten Praktika absolviert (vgl. Abbildung 1). In der Umfrage variieren die Anteile der Medienbereiche, in denen Praktika absolviert wurden, gegenüber der Befragung in den Unternehmen zum Teil erheblich: Das betrifft einerseits vor allem die Anteile bei Wochenzeitungen, Nachrichtenagenturen und Online, die von den Studierenden erheblich häufiger genannt wurden. Andererseits sind beim Privatrundfunk laut Unternehmensbefragung bedeutend mehr Praktikanten tätig als in der Studierendenbefragung zum Ausdruck kommt. Als mögliche Erklärung kommen dafür in Betracht: zu geringe Stichprobengröße dieser Studie bei Wochenzeitungen⁸, Fehl-

⁷ Da etliche Respondenten – trotz entsprechendem Hinweis im Begleitschreiben zum Fragebogen – ihre Antworten auf mehrere Praktika bezogen haben, liegt der addierte Prozentsatz der Medienbereiche über 100 Prozent.

⁸ Immerhin existieren gegenwärtig laut VÖZ 254 Wochenzeitungen in Österreich [<http://www.voez.at/b201m30> – 11. 9. 2008]

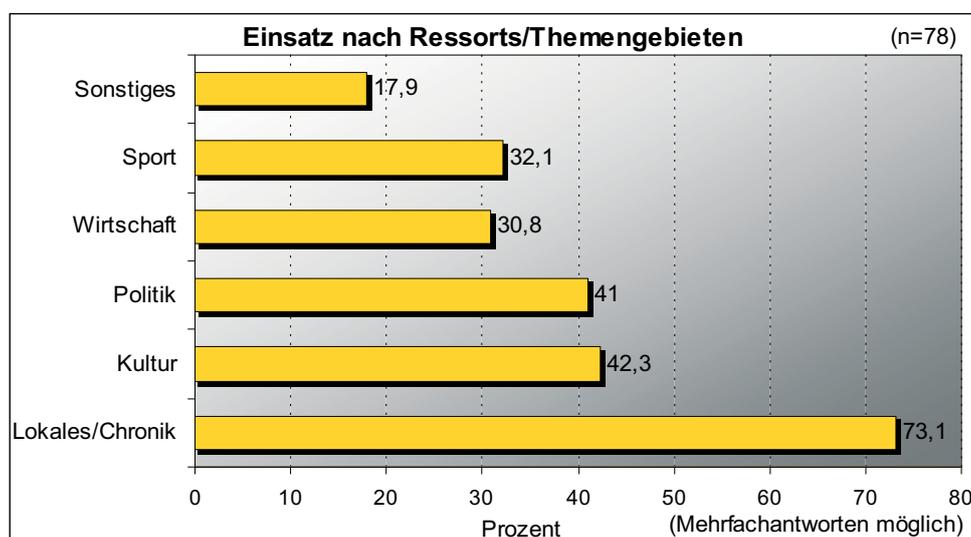
zuordnungen bei studentischen Respondenten (unter Nachrichtenagenturen und Online können auch PR-Firmen missverstanden werden), größerer Anteil der Praktikanten (z.B. bei Privatrundfunk) auch aus Studienbereichen, die nichts mit Journalismus zu tun haben.

„Lokales“ bzw. „Chronik“ ist wenig überraschend das Ressort für Praktikanten schlechthin: Fast drei Viertel der Befragten geben an, hier gearbeitet zu haben⁹ (vgl. Abbildung 2). In den anderen vier gängigen Ressorts – Kultur, Politik, Wirtschaft, Sport – bewegt sich der Prozentsatz nur zwischen 32 und 42 Prozent. Jeder Fünfte kommt auch in „Sonstigem“ zum Einsatz: genannt werden hier „Leben“, „Medien“, „Wissenschaft“, „Society“ – aber auch die theoretisch von der Redaktion getrennte Abteilung für bezahlte Beiträge. Nur etwas weniger als ein Drittel der Befragten (30,6%) mussten ihr Praktikum allein in einem Ressort absolvieren – in diesem Fall vor allem im Lokalteil. Allerdings hatten nur wenige (9,4%) die Chance in allen fünf Schwerpunkressorts tätig zu sein. Auch hier besteht ein Widerspruch zur Befragung in den Unternehmen, nach der mehr als 60 Prozent aller Praktikanten während ihrer Tätigkeit alle fünf Schwerpunkressorts durchlaufen würden.

Die von den Studierenden rapportierten Praktikums-Tätigkeiten sind äußerst vielfältig (vgl. Abbildung 3): Nahezu alle recherchieren, verfassen redaktionelle Beiträge und führen sogar Interviews durch. Mehr als drei Fünftel besuchen Pressekonferenzen und nehmen an Redaktionskonferenzen teil. Mehr als ein Drittel wird für Ton- und Bildaufnahmen eingesetzt und rund eben so viele erklären verblüffenderweise, sie hätten auch Fremdtex te redigiert. (Möglicherweise wurde hier auch das Einrichten von Agenturmaterial darunter verstanden). Ein knappes Drittel wird allerdings während des redaktionellen Praktikums auch für allgemeine Bürotätigkeiten „eingespannt“, jeder zehnte führt auch sonstige Tätigkeiten wie etwa die Aquisitation von Anzeigenkunden, Verlagstätigkeit, Marketing oder Controlling aus.

⁹ n liegt hier bei 78, da sieben Studierende das Praktikum bei einem Special-Interest-Medium absolviert haben, die Frage nach dem Ressort Einsatz dementsprechend nicht von Relevanz war. (Ein Befragter hat die Frage nicht beantwortet.)

Abbildung 2: Einsatz in verschiedenen Ressorts



Wie Tabelle 2 zeigt, gibt es jedoch erhebliche medienspezifische Unterschiede im Rahmen der Praktikums-tätigkeiten: „Recherchieren“ wird zwar in allen Medien von allen durchgeführt, Integration durch Teilnahme an Redaktions-konferenzen ist jedoch bei den Wochenzeitungen geringer, allgemeine Büroarbeit bei den Privatrundfunkanstalten am häufigsten, Layoutieren bei den Wochenzeitungen.

Tabelle 2: Tätigkeiten während des Praktikums

	Tagesz.	WZ	ZS	Agentur	Online	PrivatRF	ORF	Gesamt
Recherche	100%	100%	100%	100%	100%	90%	96%	98%
Interviews	92%	95%	100%	88%	75%	95%	96%	93%
Verf. red. Beiträge	100%	100%	100%	81%	100%	90%	84%	93%
Teilnahme Pressekonf.	79%	86%	100%	88%	75%	95%	80%	85%
Teiln. Red. Konf.	79%	62%	80%	75%	75%	70%	76%	73%
Aufn. Kamera/Ton	29%	29%	60%	19%	38%	80%	88%	51%
Bild/Ton-Bearb.	29%	29%	40%	13%	25%	75%	56%	40%
Fotografie	46%	71%	60%	38%	50%	5%	12%	37%
Büroarbeit	29%	29%	40%	25%	13%	60%	44%	36%
Redigieren	42%	52%	50%	31%	13%	5%	32%	33%
Layout	25%	48%	30%	13%	0%	0%	8%	19%
Sonstiges	4%	10%	10%	6%	13%	5%	12%	8%

Der hohe Prozentsatz geleisteter journalistischer Tätigkeiten lässt darauf schließen, dass die Praktika einen symbiotischen Nutzen

sowohl für die Praktikanten wie auch für die Unternehmen haben. Wie wir etwas später auch bei der Frage nach der geleisteten Wochenarbeitszeit sehen werden, dürfte das Praktikum mehr sein als eine „Schnupperlehre“ oder Talentetest, sondern durchaus auch in konkreter für den jeweiligen Betrieb verwertbarer journalistischer Arbeit bestehen.

Subjektive Qualitäts- und Sinnbeurteilung

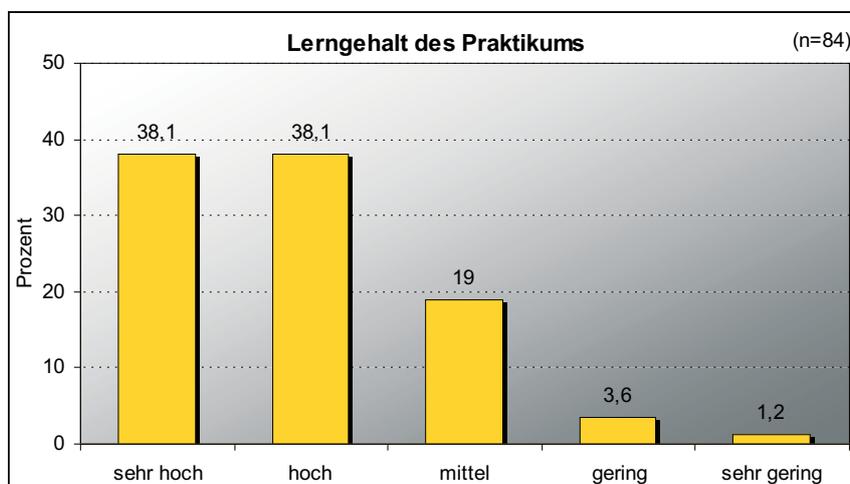
Redaktionelle (Pflicht-)Praktika werden von den Studierenden überwiegend als sinnvoll, von hohem Lerngehalt aber auch von der Arbeitsbelastung her sowie inhaltlich als anspruchsvoll eingestuft.

Etwas mehr als zwei Drittel (69,8%) der praktikums-erfahrenen Studierenden schätzen das Niveau der Arbeitsaufgaben im Praktikum als anspruchsvoll bzw. sehr anspruchsvoll ein und nur 5,9 Prozent sehen es umgekehrt. Insgesamt beurteilen drei Viertel den Lerngehalt als hoch bzw. sehr hoch (siehe Abbildung 3). Lediglich 4,8 Prozent bewerten den Lerngehalt als gering bzw. sehr gering. Daraus resultiert eine sehr positive Sichtweise der Sinnhaftigkeit des Praktikums. Neun von zehn (89%) bewerten die praktische Erfahrung als sinnvoll bzw. sehr sinnvoll. Nur drei Befragte (3,5%) sind gegenteiliger Meinung, während sich 8,6 Prozent sich hierzu weder explizit positiv noch negativ äußern. Die beste Einstufung wird von Praktikanten bei Nachrichtenagenturen abgegeben, die schlechteste von jenen, die beim Privatrundfunk praktiziert haben (vgl. Tabelle 3).

Tabelle 3: Beurteilung der Praktika nach Medium

"Gesamt-noten"	Lerngehalt	Niveau d. Tätigkeit	Arbeitsbelastg	Betreuung	Sinnhaftigkeit	Ges. Mittelwert
Tagesz	1,7	2,4	2,2	2,5	1,7	2,2
Wochenz	1,6	2,1	2,5	2,1	1,6	2,1
Zeitschr	1,5	3,8	2,1	1,7	1,2	2,3
Agentur	1,5	2,1	2,9	1,8	1,9	2,1
Online	2,0	2,6	3,0	2,0	1,6	2,4
Privat-RF	1,9	2,5	2,8	2,7	1,3	2,5
ORF	1,5	2,1	2,2	2,9	1,4	2,2
∅	1,7	2,5	2,5	2,2	1,5	2,2

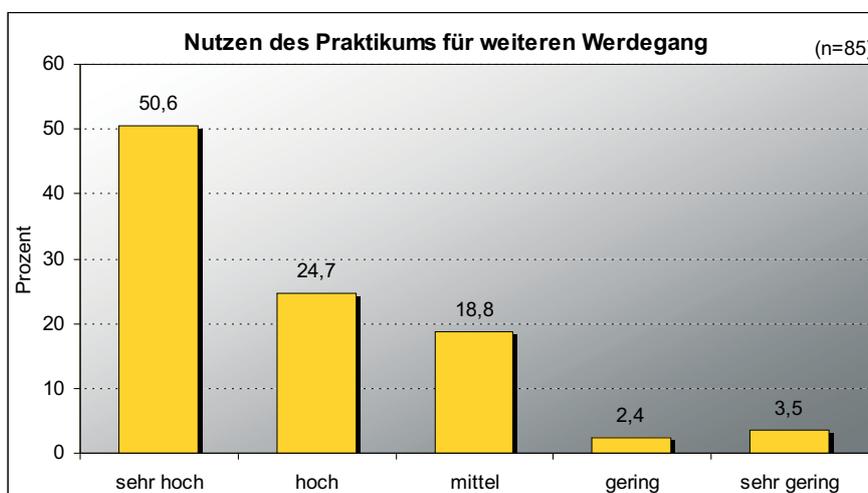
Abbildung 3: Subjektiv empfundener Lerngehalt des Praktikums



Die positiven Einschätzungen setzen sich allerdings bei der Bewertung der Betreuungsqualität nicht mehr so eindeutig fort: Für ein knappes Fünftel (17,4%) hat es keine Nachbesprechungen mit einem Betreuer oder Kollegen über das Geschriebene/Produzierte gegeben. Rund einem Viertel (25,6%) wurde nicht einmal ein Praktikumszeugnis ausgehändigt. Wurde ein Zeugnis ausgestellt, sind vier von fünf Studierenden (77,6%) mit den darin enthaltenen Beurteilungen zufrieden bzw. sehr zufrieden. Insgesamt beurteilen die Befragten die Betreuungssituation im Praktikumsbetrieb zu 62,8 Prozent als gut bzw. sehr gut, rund ein Viertel (29,1%) als mittelmäßig. Nur 8,1 Prozent haben schlechte bzw. sehr schlechte Erfahrungen gemacht. Kaum Probleme gab es für die Befragten hinsichtlich der Akzeptanz bei den „etablierten Kollegen im Praktikumsbetrieb“. Lediglich fünf Prozent empfanden diese als gering bzw. sehr gering, aber drei Fünftel (61,9%) als hoch bzw. sehr hoch.

Insgesamt fällt die Einschätzung der Sinnhaftigkeit des Praktikums für den weiteren individuellen Werdegang sehr positiv aus: Drei Viertel beurteilen den Nutzen als hoch oder sehr hoch (vgl. Abbildung 4), gerade einmal sechs Prozent als gering bzw. sehr gering.

Abbildung 4: Nutzen des Praktikums für den weiteren Werdegang



Dennoch haben annähernd 60 Prozent der Praktikanten nach Beendigung des Praktikums keinen Kontakt mehr (abseits von gelegentlichen E-Mails und Telefonaten) zum ehemaligen Praxisbetrieb. Ein Viertel hat aber immerhin den Sprung in das Berufsfeld als ständig freier bzw. fest angestellter Mitarbeiter geschafft.

Gewonnene Einsichten und Rollenverständnis

Wie bewerten die Praktikanten die im Studium erworbenen Kenntnisse im Zusammenhang mit der beruflichen Praxis? Wie werden die Praxiserfahrungen als Zusatzqualifikation für die akademische Ausbildung erlebt?

Bei der Bewertung des im Praktikum Erlernten, gibt es eine Dreiteilung: Rund ein Drittel (34,9%) hat die „Tendenz zum guten Mittelmaß“; knapp 40 Prozent (39,4%) konnten die im Studium erworbenen Qualifikationen gut bzw. sehr gut anwenden; ein Viertel (25%) beantwortet diese Frage mit schlecht bzw. sehr schlecht. Der Median bei den aus der Fachhochschule Kommenden liegt hier bei „Note 2“, bei ihren Kollegen von der Universität bei „3“. Die Frage nach der Anwendbarkeit des Praktischen in der jeweiligen Bildungseinrichtung zeigt ein ähnliches Bild. Lediglich die Anzahl derjenigen, die es schlecht bzw. sehr schlecht anwenden können, ist geringer (18,6%). FH und Universität liegen hier mit der Durchschnittsnote „3“ interessanterweise gleich auf.

Was sind nun die konkreten Einsichten, Erfahrungen aus der praktischen journalistischen Tätigkeit? Ein Blick auf die Verteilungen innerhalb der einzelnen Items (siehe Tabelle 4) liefert einen wichtigen Hinweis für die Beantwortung dieser Frage. Sechs der neun vorgegebenen Items werden von mehr als zwei Drittel als

wichtig bzw. sehr wichtig eingeschätzt. Die größte Relevanz haben dabei die „Fähigkeiten zur Informationsbeschaffung“ und „unter Zeitdruck effizient arbeiten“ zu können. Diese beiden Fähigkeiten werden annähernd zur Gänze als wichtig bzw. sehr wichtig beurteilt. Danach folgen die „kritische Reflexion eigener Beiträge“, „themengerechte Präsentation“ und „Sachkompetenz/Ressortwissen“. Am wenigsten wichtig erscheinen aufgrund praktischer Redaktionserfahrung die Kenntnis des Ehrenkodex der österreichischen Presse und interessanterweise des Medienrechts. Wissen in diesen beiden Bereichen schätzen lediglich zwischen 30 und 40 Prozent als wichtig bzw. sehr wichtig ein, mehr als ein Fünftel hält sie für unwichtig bzw. völlig unwichtig.

Tabelle 4: Einsichten/Bewertungsveränderungen durch praktischen Journalismus

Gewonnene Einsichten in den Arbeitsprozess: Bewertung und Veränderung der Wichtigkeit von unterschiedlichen journalistischen Fähigkeiten/Kenntnissen						
Bewertung der Wichtigkeit der Fähigkeiten/Kenntnisse nach Absolvierung des Praktikums (in Prozent n = 86)	sehr wichtig	wichtig	mittel	unwichtig	völlig unwichtig	Veränderung der persönlichen Sicht auf die Wichtigkeit dieser Fähigkeiten/Kenntnisse durch das Praktikum
Fähigkeit zur Informationsbeschaffung	79,1	19,8	1,2	0	0	Ja: 59,3 Nein: 40,7
Fähigkeit zur Sachkompetenz (Ressortwissen)	38,4	37,2	22,1	2,3	0	Ja: 60,5 Nein: 39,5
Fähigkeit zur themengerechten Präsentation	36	45,3	17,4	1,2	0	Ja: 36,9 Nein: 63,1
Kenntnis des Medienrechts	9,4	21,2	47,1	20	2,4	Ja: 26,2 Nein: 73,8
Tech. Fähigkeiten bei der Präsentation (Layout, Schneiden)	29,1	25,6	23,3	17,4	4,7	Ja: 47,6 Nein: 52,4
Fähigkeit, die eigenen Beiträge vermarkten zu können	33,3	36,9	25	4,8	0	Ja: 44,2 Nein: 55,8
Fähigkeit zur kritischen Reflexion der eigenen Beiträge	52,9	31,8	11,8	3,5	0	Ja: 55,8 Nein: 44,2
Kenntnis des Ehrenkodex	16,7	23,8	38,1	15,5	6	Ja: 20,9 Nein: 79,1
Fähigkeit unter Zeitdruck effizient arbeiten zu können	74,4	20,9	4,7	0	0	Ja: 64 Nein: 36

Dort, wo die Praxis die größten Einstellungsänderungen bewirkte, gab es offensichtlich vor dem Praxiskontakt unzureichende Informationen. Das heißt, die Fähigkeit, unter Zeitdruck zu arbeiten, bemerkenswerterweise auch die Wichtigkeit von Sachkompetenz und Recherchestrategien, wären demnach in der Vermittlung der (überwiegend akademischen) Ausbildungsinstitutionen zu kurz

gekommen. Andererseits hat die überwiegende Mehrheit offensichtlich auch vor Beginn des Praktikums der Medienethik und dem Medienrecht keinen besonderen Stellenwert zugemessen und wurde durch die Redaktionssituation in dieser Meinung bestätigt. Dass Journalismus die Fähigkeit zur themengerechten Präsentation verlangt, dass technisch Skills (Layout, Schneiden etc.) verlangt werden und auch die Fähigkeit, die eigenen Beiträge zu vermarkten, hat mehrheitlich ebenfalls nicht überrascht. Unabhängig vom konkreten Lehrprogramm der Ausbildungsinstitutionen – so könnte eine aus diesen Daten abzuleitende Hypothese lauten – haben die Studierenden *bevor* sie ein Praktikum machen eher eine Auffassung vom Journalismus als „handwerkenden“ Beruf (inhaltliche und formale Präsentationstechniken). *Durch* das Praktikum lernen sie dann Schnelligkeit, Ressortwissen und Recherchestrategien als wichtig einzuschätzen. Medienrechtliche und medienethische Komponenten spielen weder im theoretisch noch praktisch Erfahrenen eine besondere Rolle. Das würde bedeuten, dass die österreichischen Institutionen der Vorbildung auf den Journalistenberuf ihre selbstgesteckten Ziele grosso modo nur mangelhaft erfüllen können (vgl. Kapitel: Wert der Praktika für die Ausbildung).

Das journalistische Rollenverständnis der noch in Ausbildung befindlichen Praktikanten ähnelt weitgehend jenem der „Erwachsenen“, denn es entspricht rezenten Befunden aus Journalistenbefragungen im deutschsprachigen Raum (vgl. Schwenk 2006: 217ff; Weischenberg 2006: 102 ff.). Die höchste Zustimmung erzielt hier wie dort die journalistische Berufsrolle „neutraler Berichterstatter“, gefolgt von „Kritiker von Fehlentwicklungen“ (eigentlich ein Widerspruch zum Vorhergehenden) und „Analytiker komplexer Sachverhalte“. Meinungsbildender und anwaltschaftlicher Journalismus sowie „Unterhalter“ liegen als Berufsrollenverständnis im Mittelfeld, während „Lebensberater“, „Vermarkter“ und Produzent eines werbefreundlichen Umfelds nach Meinung der Mehrheit weniger mit Journalismus zu tun haben. Die kumulierten Prozentwerte von „wichtig“ und „sehr wichtig“ betragen aber auch bei diesen Items immerhin noch jeweils zwischen knapp 20 Prozent und einem Drittel.¹⁰

¹⁰ Die Selbstbilder Verkäufer und Vermarkter finden auch in der Studie von Marr/Bonfadelli et al. (2001: 124) die geringste Zustimmung, allerdings haben diese Items dort für die befragten Journalisten weniger Relevanz (Vermarkter: für 21 Prozent wichtig, Verkäufer: für 13 Prozent wichtig).

Tabelle 5: Journalistisches Rollenverständnis der Praktikanten

Wichtigkeit der Erfüllung der Aufgabe (in Prozent, n=86)	sehr wichtig (1)	wichtig (2)	mittel (3)	unwichtig (4)	völlig unwichtig (5)	Mittelwert
Als neutraler Berichterstat-ter die Realität möglichst so abzubilden wie sie ist	60,5%	29,1%	9,3%	0,0%	1,2%	1,53
Als Anwalt für die gesellschaftlich Benachteiligten einzusetzen	10,5%	30,2%	34,9%	17,4%	7,1%	2,81
Dem Publikum Lebensberatung (Ernährung, Mode, ...) zu bieten	10,5%	24,4%	25,6%	29,1%	10,5%	3,07
Ein günstiges Werbeumfeld für die Werbewirtschaft zu schaffen	4,7%	15,1%	25,6%	26,7%	27,9%	3,56
Als Analytiker komplexe Sachverhalte sorgfältig nachzuprüfen und präzise zu analysieren	40,7%	34,9%	15,1%	7,0%	2,3%	1,94
Als Kritiker Fehlentwicklungen in der Gesellschaft öffentlich zu machen	37,2%	45,3%	11,6%	3,5%	2,3%	1,88
Als Kommentator zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen	22,1%	43,0%	24,4%	8,1%	2,3%	2,74
Dem Publikum möglichst viel Entspannung und Spaß zu bieten	10,5%	31,4%	30,2%	19,8%	8,1%	2,84
Als Vermarkter ein Produkt möglichst gewinnbringend abzusetzen	7,0%	20,9%	19,8%	25,6%	26,7%	3,42

Die Honorierung der Praktikantenarbeit

Die Studierenden haben während ihres Praktikums durchschnittlich 36 Stunden pro Woche für den Praktikumsbetrieb gearbeitet. Der Modus (häufigste Antwort) liegt bei 40 Stunden die Woche. 15 Prozent haben aber auch mehr als 40 Stunden die Woche gearbeitet – 12,5% allerdings auch nur 25 Stunden und sogar weniger.

Mehr als ein Drittel aller Praktika¹¹ wurde nicht bezahlt, weitere 28% unter 400 Euro, rund 37% darüber. Am schlechtesten ist

¹¹ n = 121, da einige Respondenten zu mehreren von ihnen durchgeführten Praktika Angaben machten.

die Situation bei Privatrundfunkanstalten, bei denen 60 Prozent der Praktika als unbezahlt angegeben wurden. Am besten ist die Lage bei Tageszeitungen und Online (möglicherweise weil es sich hier überwiegend um Onlineauftritte von Tageszeitungen handelt) – was bedeutet, dass die Kollektivvertragsbestimmung über die Praktikanten zwar nicht immer und überall eingehalten wird, aber doch auch greift. Dies trifft aber für Wochenzeitungen, die ebenfalls diesem KV unterliegen, *nicht* zu. 21 der 86 Befragten, also ein Viertel, hatten *während* des Praktikums noch einen Nebenjob; – offensichtlich aus finanzieller Notwendigkeit, denn 16 von ihnen bekamen entweder gar nichts oder unter € 400/Monat vom Praktikumsbetrieb. Bei einigen ist es auch zu Problemen in der Vereinbarkeit von Praktikum und Nebenjob gekommen.

Korrelationen zwischen geleisteter Arbeitszeit und Entgelt im Praktikum sind jedoch nicht eindeutig herstellbar: Wer nichts vom Unternehmen bekam,¹² hat im Durchschnitt 34½ Stunden pro Woche gearbeitet, wer unter 400 Euro im Monat erhielt, arbeitete dafür allerdings im Schnitt nur 32 Stunden in der Woche. Für eine Bezahlung von mehr als 400 Euro, musste man dafür aber auch länger – durchschnittlich 41¾ Stunden – wöchentlich dem Betrieb zur Verfügung stehen.

Tabelle 6: Bezahlung in Medienbereichen

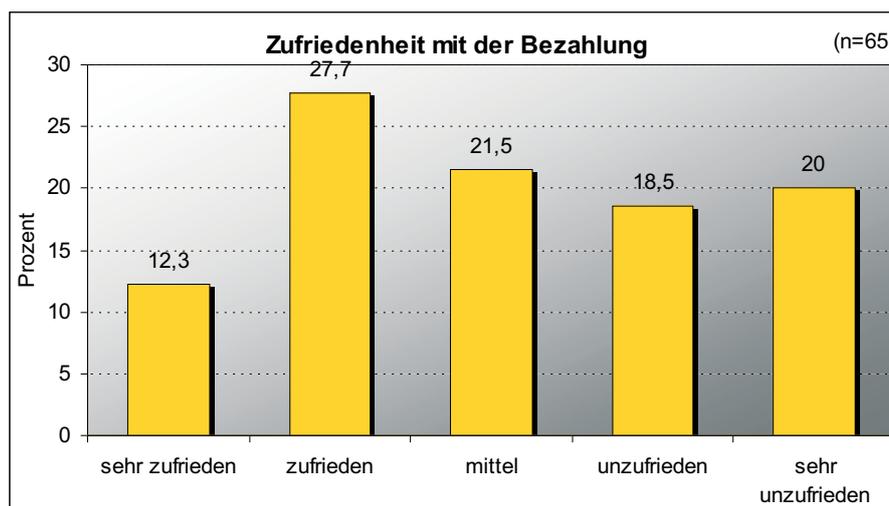
	Tagesz	Wochenz	Zeitschr	Agentur	Online	PrivatRF	ORF	Σ
unbezahlt	3	9	4	7	1	12	6	42
unter € 400 bezahlt	6	7	2	4	3	4	8	34
über € 400 bezahlt	12	5	4	5	4	4	11	45
Σ	21	21	10	16	8	20	25	121
unbezahlt	14,3%	42,9%	40,0%	43,8%	12,5%	60,0%	24,0%	34,7%
unter € 400 bezahlt	28,6%	33,3%	20,0%	25,0%	37,5%	20,0%	32,0%	28,1%
über € 400 bezahlt	57,1%	23,8%	40,0%	31,3%	50,0%	20,0%	44,0%	37,2%

Die Praktikanten sind denn auch mit dem Entgelt eher unzufrieden: Der Mittelwert auf einer fünfteiligen Notenskala liegt bei 3,0. Wer über 400 Euro/Monat erhalten hat, ist mit einem Mittelwert von 2,5 nachvollziehbarerweise zufriedener als jemand, der unter 400 Eu-

¹² Spezifische Praktikumsstipendien von dritter Seite, die v. a. von Weiterbildungsinstitutionen für Praktika vergeben werden, wurden hier explizit nicht berücksichtigt.

ro erhalten hat (Mittelwert 3,8). Vier von zehn Studierenden, *die überhaupt bezahlt wurden*, sind mit der Bezahlung unzufrieden bzw. sehr unzufrieden (vgl. Abbildung 5). Aber auch ebenso viele – zumeist handelt es sich dabei um jene, die mehr als 600 Euro bekommen haben – sind zufrieden bzw. sehr zufrieden.

Abbildung 5: Zufriedenheit mit der Bezahlung des Praktikums



Der Nettobetrag, der von befragten Praktikanten für ihre Tätigkeit pro Monat als angemessen empfunden wird, beträgt im Mittel rund 700 Euro, wobei die bisherigen Erfahrungen Grundlage der Wünsche sind: Wer nichts für seine Praktikantentätigkeit bekommen hat, sieht rund 550 Euro im Durchschnitt als fair an, wer unter 400 Euro bekam, stellt sich im Mittel € 600 vor und wer über 400 erhielt, stellt sich € 850 als angemessen vor.

Eine wesentliche Angelegenheit für die persönliche Rechts-sicherheit innerhalb eines Arbeitsverhältnisses ist die Existenz einer Versicherung bei Arbeitsunfällen oder Krankheit. Die Studenten deren Praktikum weniger als ein Jahr zurücklag, wurden daher auch gefragt ob und in welcher Weise sie in dieser Zeit (sozial-, unfall-) versichert waren. Offensichtlich waren die meisten damit allerdings überfragt – was durchaus auch als ein Versäumnis in der Grundausbildung der jeweiligen akademischen oder nichtakademischen Schulungseinrichtungen gewertet werden kann: Ein knappes Viertel weiß nicht, ob bzw. in welcher Form sie während ihres Praktikums versichert waren, rund 40 Prozent meinen, sie waren sozialversichert und zwölf Prozent geben an, unfallversichert gewesen zu sein. Der Rest wäre demnach gar nicht versichert gewesen. Allerdings meinen einige Personen, zwar nicht bezahlt, aber voll sozialversichert gewesen zu sein, andere, die mehr als 400 Euro pro Monat bekamen, waren ihrer Wahrnehmung nach

überhaupt nicht versichert. – Anscheinend gibt es bei etlichen Befragten ein geringes Wissen (möglicherweise auch ein geringes Interesse) hinsichtlich dieser arbeitsrechtlichen Rahmenbedingungen, schließlich wussten auch drei Praktikanten dieser Stichprobe, die immerhin mehr als 400 Euro/Monat Praktikumsentgelt erhielten, *nicht* von wem (Betrieb oder Praktikantenstipendium, der Weihnachtsmann ist hier auszuschließen) sie ihr Geld erhalten haben.

Die Respondenten unserer Erhebung sind sich aber einig, dass dringend rechtliche Rahmenbedingungen erforderlich sind, welche die Bezahlung und die Ausbildungsmodalitäten von Praktika in Medienunternehmen klar regeln: Über 88 Prozent halten das für dringend (63%) bzw. für sehr dringend (26%) – nur zwei Personen halten dies nicht für notwendig.

Analyse der Praktikums- bestätigungen

**aus dem Fachbereich
Kommunikationswissenschaft, Universität
Salzburg**

Wie erwähnt, gibt es in Österreich fünf einschlägige Bildungsinstitutionen im Bereich journalistischer Berufe, die von ihren Studierenden ein Pflichtpraktikum verlangen. – Allerdings archivieren nicht alle die Praktikumsbestätigungen, andere wiederum hatten datenschutzrechtliche Bedenken, diese Unterlagen dem Projekt zugänglich zu machen. Daher konnten letztlich nur jene des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg analysiert werden. Als Untersuchungszeitraum wurden die letzten zwölf Monate vor Projektstart definiert: D. h. alle jene Praktikumsbestätigungen von Bakkalaureats-Absolventen, die ihr Studium zwischen 1. 12. 2006 und 30. 11. 2007 abgeschlossen haben,¹³ wurden in die Untersuchung einbezogen, sofern sie auf eine journalistische Tätigkeit in einem Medienunternehmen verwiesen.

¹³ Die Bestätigungen müssen zusammen mit sämtlichen weiteren Unterlagen zum Abschluss des Bakkalaureatsstudiums im Dekanat der Geisteswissenschaftlichen Fakultät der Universität Salzburg eingereicht werden. Da das Praktikum laut Studienplan im gesamten Verlauf des Studiums durchgeführt werden kann, muss es nicht notwendigerweise 2007 absolviert worden sein.

Insgesamt konnten 103 Praktikumsbestätigungen von 83 Personen¹⁴ verwertet werden. Nachdem im Studienjahr 2006/07 257 Personen im Bereich Kommunikationswissenschaft an der Universität Salzburg ein Bakkalaureat abgeschlossen haben, bedeutet dies, dass rund ein Drittel der Absolventen ein Praktikum im Bereich des Journalismus gesucht und gefunden hat. (Auf eine spätere tatsächliche Berufstätigkeit kann daraus aber natürlich nicht geschlossen werden.)

Rund vier Fünftel (79%) der journalistischen Praktika der Salzburger Kommunikationswissenschaft werden von Studentinnen durchgeführt. Dies entspricht damit in etwa dem weiblichen Anteil der dort Studierenden (74% Frauen unter den Bakkalaureatsabschlüssen 2007). Interessant ist aber, dass alle Praktikumsplätze beim ORF (immerhin 13) ausschließlich von Frauen belegt wurden, dass ihr Anteil bei Wochenzeitungen rund dreimal höher ist als der ihrer männlichen Kollegen, dafür aber bei den Tageszeitungen um das Vierfache geringer ist. – Dies entspricht interessanterweise dem Trend in der Geschlechterverteilung im österreichischen Journalismus: Frauen sind dort stärker im ORF, aber erheblich schwächer in den Tageszeitungen vertreten (vgl. Hummel 2006).

Die meisten Praktika der Salzburger Studierenden finden, wie Abbildung 6 zeigt, im Bereich des Privatrundfunks statt (was wahrscheinlich auch auf die Kooperation des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft mit zwei Privatsendern zurückzuführen ist)¹⁵, gefolgt von Wochenzeitungen. Zusammen entfallen auf diese beiden Mediengattungen drei Fünftel aller im Untersuchungszeitraum durchgeführten Praktika. Bei ORF und Tageszeitungen werden weiters mehr als zehn Prozent der Praktika absolviert.

¹⁴ Am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg schreibt der Studienplan acht Wochen Praktikum vor, das aber auch in Teilen und auch bei verschiedenen Betrieben durchgeführt werden kann.

¹⁵ Vgl. Kapitel „Wert der Praktika für die Ausbildung“

Abbildung 6: Medienbereiche nach Praktikumsbestätigungen

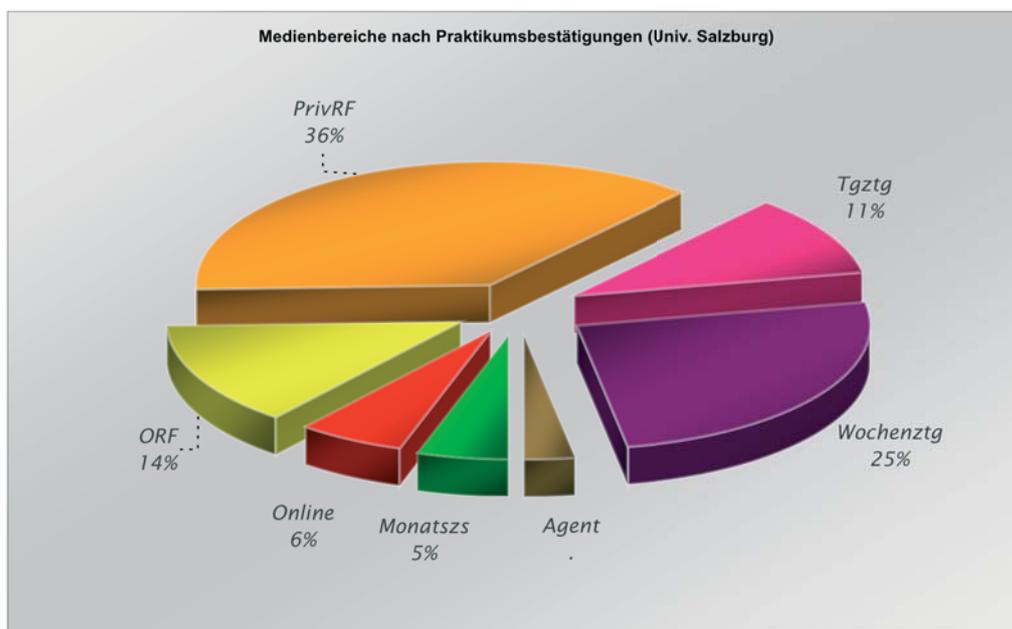
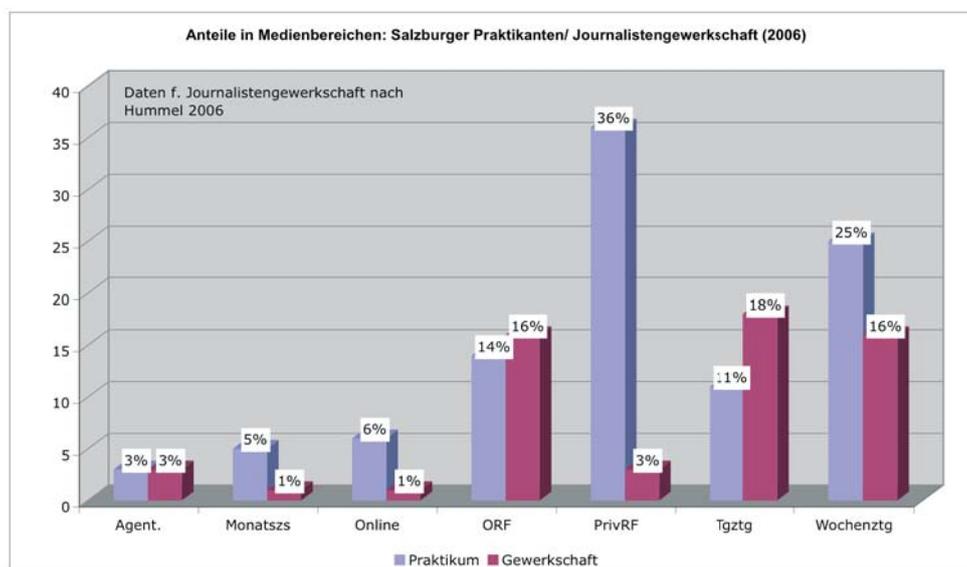


Abbildung 7: Vergleich Branchenverteilung Praktikanten/Journalistengewerkschaft



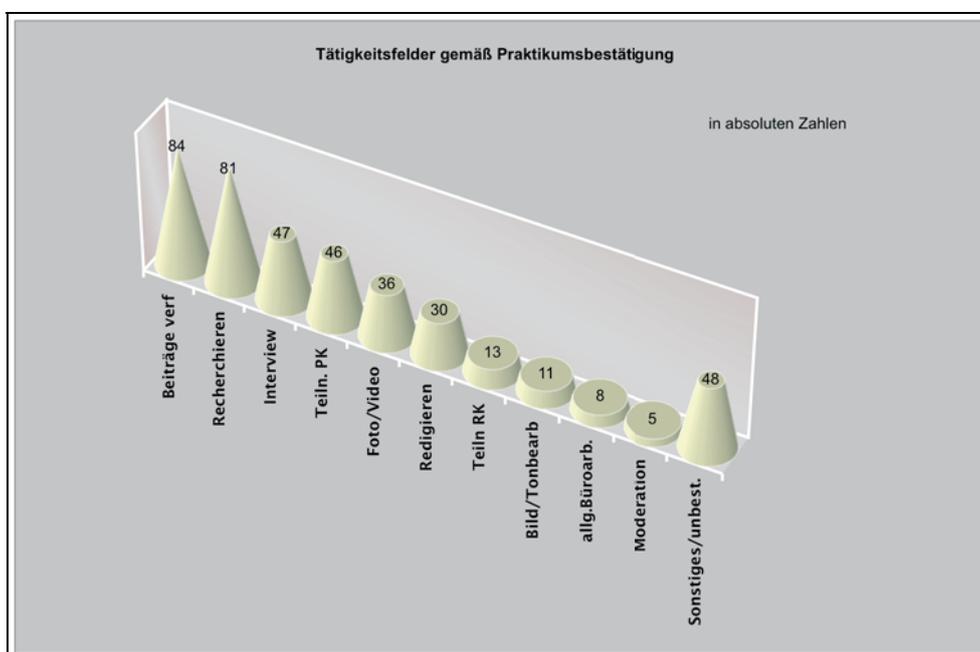
Vergleicht man diese Verteilung mit jener der professionellen und in der Gewerkschaft organisierten Journalisten (Abbildung 7), so werden frappante Ungleichgewichte vor allem beim Privatrundfunk,

im Onlinebereich und bei Monatszeitschriften deutlich. – Offensichtlich bieten Privatsender und Onlinedienste überproportional viele Praktikumsplätze an, der tatsächliche Bedarf an Nachwuchskräften im Journalismus, entspricht demnach aber der Verteilung der Praktika über die Medienbereiche nicht.

Was machen die Praktikanten?

In mehr als 80 von 103 Bestätigungen, das sind vier Fünftel, werden die klassischen journalistischen Tätigkeiten des Verfassens von Beiträgen und des Recherchierens angeführt (vgl. Abbildung 8)

Abbildung 8: Tätigkeitsfelder gemäß Praktikumsbestätigung



Rund die Hälfte der Praktikanten hat interviewt bzw. an Pressekonferenzen teilgenommen, aber auch andere, nichtjournalistische Tätigkeiten – wie Eventmanagement, Marketing, Consulting – bestätigt bekommen, die in der Grafik unter „Sonstiges“ subsumiert wurden (worunter auch Bestätigungen fallen, die keine Tätigkeitsspezifizierung vornahmen). Überraschenderweise werden Foto/Video und Redigieren bei rund einem Drittel bestätigt. Bemerkenswerterweise gibt es – vor allem in dem hohen Anteil von „Sonstiges“ – einige Unterschiede zu den Ergebnissen der Praktikantenumfrage (vgl. Tabelle 2).

In den unterschiedlichen Medien werden die Praktikanten offensichtlich zu unterschiedlichen Tätigkeiten herangezogen (vgl.

Tabelle 7): So haben alle bei einer Agentur oder Monatszeitschrift Praktikierenden offensichtlich eine ähnliche Aufgabenstellung gehabt; werden den Studierenden bei Zeitschriften und bei Privatrundfunk die größte Varietät an absolvierten Tätigkeitsbereichen bestätigt; und bei Privatsendern findet sich auch der höchste Anteil an nicht deklarierten bzw. nichtjournalistischen Tätigkeiten.

Tabelle 7: Tätigkeitsfelder nach Medienbereichen

	Agentur	Zeitschr.	Online	ORF	Privat- RF	Tagesztg	Wochenz.	Σ
Praktikanten- zahl	3	5	6	14	38	11	26	103
Recherchieren	3	5	6	10	33	8	16	81
Teiln. PK	3	5			30	6	2	46
Teiln. RK		5			6		2	13
Beiträge verf.	3	5	4	9	33	8	22	84
Redigieren		2	5		9	2	12	30
Interview			1	4	29	4	9	47
Foto/Video		5	5	3	7	5	11	36
Bild/Tonbearb		5	4	2				11
allg. Büroarb.		5			2		1	8
Moderation					5			5
Sonsti- ges/unbest.		4	3	5	27	4	5	48

Die Medienbetriebe und die Praktikanten

Zur Erhebungsmethode

Repräsentanten von Medienunternehmen wurden im Zeitraum zwischen 14. 3. 2008 und 8. 5. 2008 zur Situation der Praktikanten im Jahr 2007 per Telefon befragt. (Auf Wunsch wurde den Gesprächspartnern der Fragebogen auch per Mail übermittelt). Die erste angesprochene Person war immer der Betriebsrat. Falls es keinen solchen gab oder dieser äußerte, dass er mit der Praktikumsituation nicht vertraut sei, wurde jene Person als Gesprächspartner erbeten, die am besten über diesen Bereich Auskunft geben könne. Aufgrund der unterschiedlichen Strukturen in den diversen Medienunternehmen wurde dann mit der Personalabteilung, Programmleitung/Chefredaktion oder der Geschäftsführung verbunden. (In diesem Bericht werden diese Personen als „Personalentscheider“ benannt.)¹⁶

¹⁶ Bei dem Fragebogen handelt es um einen großteils standardisierten Fragebogen mit drei kurzen offenen Fragen (siehe Anhang). Die Antworten zu den offenen Fragen wurden handschriftlich notiert und in weiterer Folge entsprechend kategorisiert.

Die vorliegende Analyse bezieht sich auf die Praktikums-situation in 73 österreichischen Medienbetrieben.¹⁷ Von ihnen hatten 14¹⁸ im Jahr 2007 keine, die restlichen 59 Medien¹⁹ im abgelaufenen Jahr rund 800 Praktikanten²⁰. Tabelle 8 beschreibt die Medien-bereiche dieser 59 befragten Unternehmen. Darunter befinden sich 23 Tages- und Wochenzeitungen, zehn private Radiostationen sowie alle neun ORF-Landesstudios. Die restlichen einbezogenen Unter-nehmen verteilen sich im wesentlichen auf private Fernsehstationen, Zeitschriften/Magazine und den öffentlich-rechtlichen Hörfunk.

¹⁷ Die Erstellung der Medienliste erfolgte auf Basis des Österreichischen Pressehandbuches 2007. Zwei Medien (Antenne Wien, N1 Regionalfernsehen NÖ) waren zu keiner Stellungnahme bereit.

¹⁸ Arabella Bregenz, Bezirksblätter Burgenland, Bezirksblätter NÖ, Bezirksblätter OÖ, Bezirksblätter Salzburg, Bezirksblätter Tirol, Die ganze Woche, Echo, Seitenblicke, Steiermark 1 TV, Tirol TV, Trend, Wiener, Wiener Zeitung.

¹⁹ Antenne Kärnten, Antenne Salzburg, Antenne Steiermark, Antenne Vorarlberg, APA, ATV, Burgenländisches Kabelfernsehen, Der Standard, Die Presse, Falter, FM 4, Furche, Gewinn, Heute, Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Krone Hit, Kurier, Life Radio OÖ, LT1, Medianet, News-Verlag (Der Betriebsrat des News-Verlages hat die Antworten auf zwölf dem Verlag dazugehörenden Medien bezogen: Auto Revue, Bühne, Emedia, Format, Golf Revue, Gusto, News, News Leben, TV Media, Woman, Xpress, Yacht Revue.) Niederösterreichisches Pressehaus (Die Geschäftsführung des Niederösterreichischen Pressehauses hat die Antworten auf drei dem Pressehaus angehörenden Medien bezogen: Burgenländische Volkszeitung, Niederösterreichische Nachrichten, Niederösterreichische Rundschau.), Ö1, Ö3, Österreich, OÖ Neue, OÖ Nachrichten, OÖ Rundschau, ORF.at, ORF Fernsehen, ORF-Landesstudio Burgenland, ORF-Landesstudio Kärnten, ORF-Landesstudio NÖ, ORF-Landesstudio OÖ, ORF-Landesstudio Salzburg, ORF-Landesstudio Steiermark, ORF-Landesstudio Tirol, ORF-Landesstudio Wien, ORF-Regionalradio-Nachrichtenredaktion, Osttiroler Bote, Profil, Puls 4, Radio Arabella-Sendergruppe (Der Programmchef der Gruppe hat die Antworten auf fünf der Gruppe dazugehörenden Sender bezogen: Mostviertel/St. Pölten, Oberösterreich, Salzburg, Tulln/Krems, Wien.), Radio Energy 104,2, Radio Soundportal (Stmk.), Salzburger Nachrichten, Salzburger Woche, Salzburg TV, Sportmagazin, Sportwoche, Sportzeitung, Tiroler Tageszeitung, Tips, Vorarlberger Nachrichten, Welle 1, Wienerin, Wirtschaftsblatt. – Die Auflistung verdeutlicht, dass drei Betriebsräte/Personalentscheider (News-Verlag, NÖ Pressehaus, Radio Arabella-Sendergruppe) die Antworten auf mehrere dem jeweiligen Verlag, Pressehaus, der Gruppe dazugehörenden Medien, Sender bezogen haben. Aus methodisch-statistischen Gründen werden diese als ein einziges Medium angeführt.

²⁰ Drei Betriebsräte/Personalentscheider haben ihre Aussagen auf Traineeprogramme/Lehrredaktionen bezogen (es handelt sich dabei um eine geringe Anzahl von Personen), die über einen längeren Zeitraum gehen. Da es sich dabei um keine Aspiranten im eigentlichen Sinne handelt (vgl. Aspirantenregelung im Kollektivvertrag), wurden diese Praktikanten in die Analyse aufgenommen.

Tabelle 8: Befragte Unternehmen

Medium	Häufigkeit	Prozent
Tageszeitung	14	23,7
Wochenzeitung	9	15,3
Agentur/Mediendienst	1	1,7
Zeitschrift/Magazin	5	8,5
Online	1	1,7
Privates Fernsehen	5	8,5
Privater Hörfunk	10	16,9
ORF-Hörfunk	4	6,8
ORF-Fernsehen	1	1,7
ORF-Landesstudio	9	15,3
Gesamt	59	100,0

Die Antworten der befragten 59 Medienunternehmen stammen zur Hälfte von Betriebsräten, zu rund einem Viertel von der Chefredaktion/Programmleitung. Die Aussagen des restlichen Viertels kommen von der Geschäftsführung, der Personalabteilung oder sonstigen Entscheidungsträgern (siehe Tabelle 9)

Tabelle 9: Position der Gesprächspartner

Position	Häufigkeit	Prozent
Betriebsrat	30	50,8
Geschäftsführung	8	13,6
Chefredaktion	16	27,1
Personalabteilung	3	5,1
Sonstiges	2	3,4
Gesamt	59	100,0

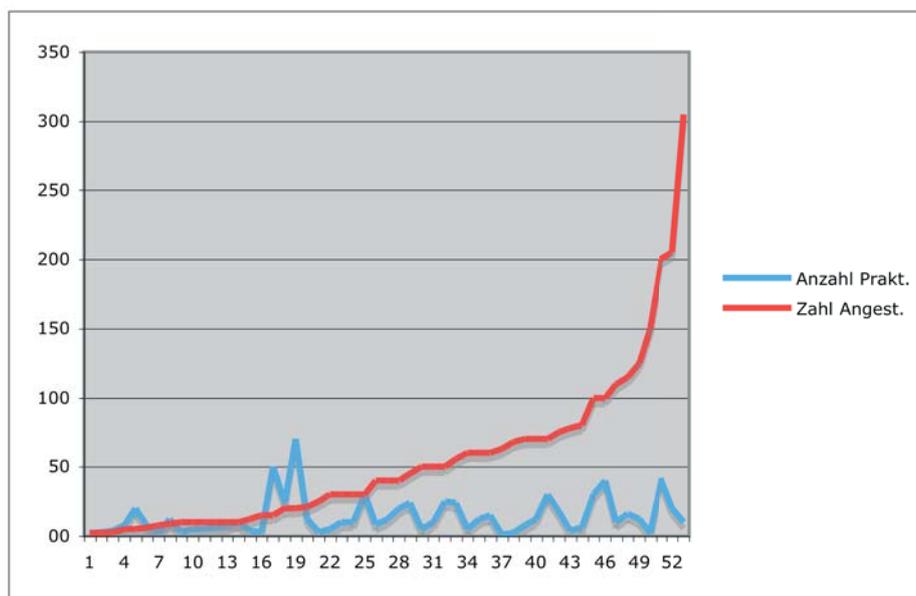
Eckdaten des Praktikumseinsatzes

In den befragten Medienbetrieben waren im vergangenen Jahr 764 Praktikanten tätig. Die meisten Betriebe (31/52,5%) haben während eines Jahres bis zu zehn Praktikanten; aber immerhin vier mehr als vierzig – darunter ein Privatradiosender mit zwanzig fest angestellten Mitarbeitern, der – nach eigener Angabe 70 Praktikanten ohne Bezahlung im Jahr 2007 beschäftigte. Der „typische Praktikant“ ar-

beitet demnach zwei Monate in einer 37-Stunden-Woche und durchläuft während dieser Zeit mehrere Ressorts. Rund die Hälfte der Ferialarbeiter ist in Kleinredaktionen mit maximal dreißig Angestellten tätig.

Die hier repräsentierten Medien beschäftigen insgesamt knapp 3.400 fest angestellte Journalisten. Im vergangenen Jahr standen folglich circa 800 Praktikanten beinahe 3.400 fest angestellten Journalisten gegenüber. Das entspricht einem Verhältnis von 1:4. In rund der Hälfte der befragten Betriebe ist – über das Jahr gerechnet – die Zahl der Praktikanten nicht wesentlich geringer als jene der angestellten Journalisten (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Praktikanten- im Verhältnis zu Angestelltenzahlen pro Betrieb



In zwei Drittel der Betriebe gibt es eine Art Tradition, Studierende von einer bestimmten Ausbildungsinstitution besonders oft zu nehmen. Eine Häufigkeitsverteilung aller genannten Institute ist aber nicht aussagekräftig, da in diesem Zusammenhang zwanzig verschiedene Einrichtungen genannt wurden – von Medien-FHs über die Juristische Fakultät der Universität Wien bis zum Wifi. Ein Trend ist allerdings schon auszumachen: Die Meisterwähnten sind jene Bildungseinrichtungen, welche die Studierenden zu einem Praktikum verpflichten und auch im Zentrum der vorliegenden Studie stehen. An erster Stelle steht dabei der Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg mit acht Nennungen, gefolgt von der FH Wien (6 Nennungen) und der FH Joanneum (4 Nennungen). Das Publizistikinstitut der Universität

Wien mit seinen knapp 6.000 Studierenden, das aber kein verpflichtendes Praktikum vorschreibt, wurde hingegen nur einmal erwähnt.

Tabelle 10: Einsatz in mehreren Ressorts

Anzahl d. von Praktikanten durchlaufenen Ressorts	Häufigkeit	Prozent ²¹
1	8	14,8
2	5	9,3
3	1	1,9
4	4	7,4
5	33	64,1
Ressort „Sonstiges“	3	5,6
Gesamt	54	100

Bei mehr als 60 Prozent der befragten Medien durchlaufen die Praktikanten fünf wesentliche Ressorts – weniger als ein Viertel ist nur in ein oder zwei Ressorts tätig (vgl.

Tabelle 10). Damit wird eine umfassende Einführung in die thematischen Bereiche von General-Interest-Medien gegeben. Sind die Praktikanten jedoch in lediglich einem Themenbereich tätig – dann überwiegend in der Lokalberichterstattung (in sieben von acht Betrieben ist das der Fall). In drei Medien werden die Praktikanten ausschließlich in anderen Bereichen (beispielsweise Gesundheit oder Lebensberatung) eingesetzt.

Tabelle 11: Ressort-Einsatzbereich der Praktikanten

Ressort	Häufigkeit	Prozent ²¹
Lokales/Chronik	50	92,6
Politik	40	74,1
Wirtschaft	39	72,2
Kultur	35	64,8
Sport	38	70,4
Sonstiges	9	16,7

²¹ n = 54, da fünf der insgesamt 59 befragten Medien ein Special-Interest-Medium darstellen. In diesen wurde die Frage nach dem Einsatz nach Ressorts und Themenbereichen dementsprechend nicht gestellt.

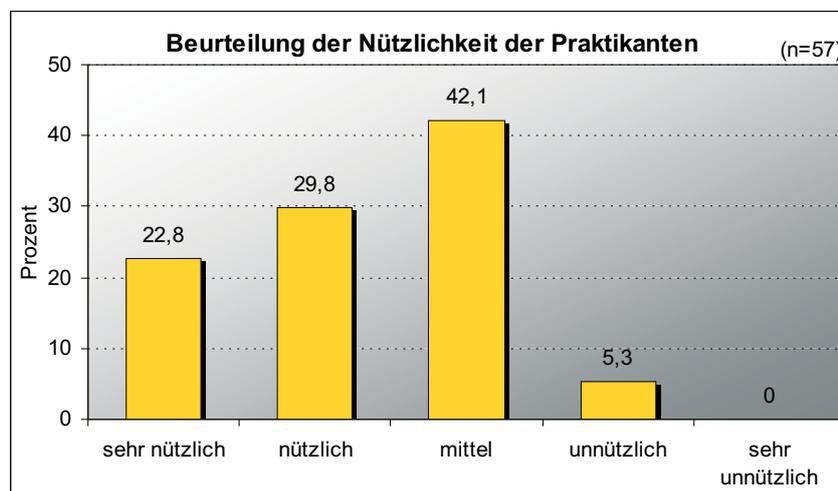
Das Lokalressort liegt daher auch an der Spitze jener Abteilungen, die Praktikanten durchlaufen (vgl. Tabelle 11). „Kultur“ ist jener Bereich, in dem vergleichsweise am wenigsten ausgebildet wird.

„Praktika sind...“: Sinnhaftigkeit und Nützlichkeit

Dass die Praktikanten von ihrer Tätigkeit profitieren ist einhellige Meinung: Knapp 90 Prozent der Befragten finden die praktische Erfahrung für die Praktikanten in den Medienunternehmen als sinnvoll (28%) bzw. sehr sinnvoll (55,9%). Nur jeder zehnte schätzt die Sinnhaftigkeit als mittelmäßig ein. Keiner beurteilt das Praktikum als sinnlos bzw. sehr sinnlos. Die befragten Betriebsräte und Unternehmensrepräsentanten schätzen überwiegend die Praktika als eine „Möglichkeit der Studierenden ein, praktisch Verwertbares zu erlernen“. 52 von 58 (90%) stimmen dieser Aussage stark oder sehr stark zu.

Aber auch die Medienunternehmen haben einen großen Nutzen davon (vgl. Abbildung 10). Über die Hälfte der Befragten meint, dass die Praktikanten nützlich bzw. sehr nützlich sind. Nur drei Betriebsräte/Personalentscheider beurteilen das Praktikum für das Unternehmen als unnützlich.

Abbildung 10: Nutzen der Praktikanten für die Unternehmen



Die Befragten sind sich darin einig, dass Praktika eine Rekrutierungsstrategie für Medienunternehmen sind. Fast 90 Prozent sind der Ansicht, Praktika seien eine Chance, Nachwuchs-Journalisten zu rekrutieren. *Kein einziger* Betriebsrat/Personal-

entscheider widerspricht hier. Nicht ganz so eindeutig ist die Haltung zum Praktikum als Berufseinstieg (vgl. Abbildung 11). Die Hälfte der Befragten hält das Praktikum für keinen schlechteren Einstieg in den Journalismus als die freie Mitarbeit, ein Fünftel sieht das genau gegenteilig, mehr als ein Viertel legt sich bei dieser Frage nicht wirklich fest.

Differenzierter ist hingegen die Auffassung der Betriebsräte und Personalentscheider zu der Aussage „Praktika sind eine Strategie von Medienunternehmen die Arbeitskosten zu senken“ (siehe Abbildung 12). Ein knappes Drittel stimmt dieser Aussage stark bzw. sehr stark zu. Etwas mehr als die Hälfte stimmt andererseits dieser Aussage nicht bzw. gar nicht zu. Zieht man ausschließlich die Antworten der Betriebsräte heran, so zeigt sich, dass diese dieser Aussage wesentlich zustimmender gegenüberstehen als die Personalentscheider: Über die Hälfte sieht den Einsatz von Praktikanten in der derzeitigen Form als strategisches Mittel zur Arbeitskostensenkung.

Abbildung 11: Berufseinstiegsmodell – Praktikum vs. Freie Mitarbeit

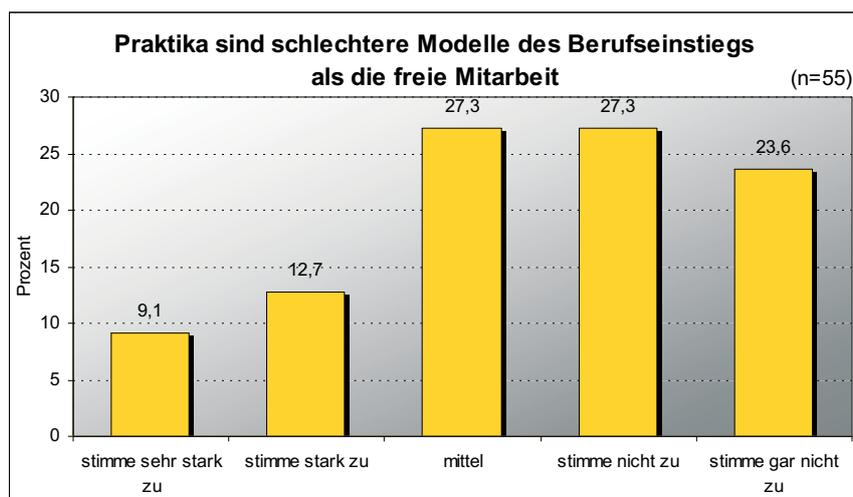
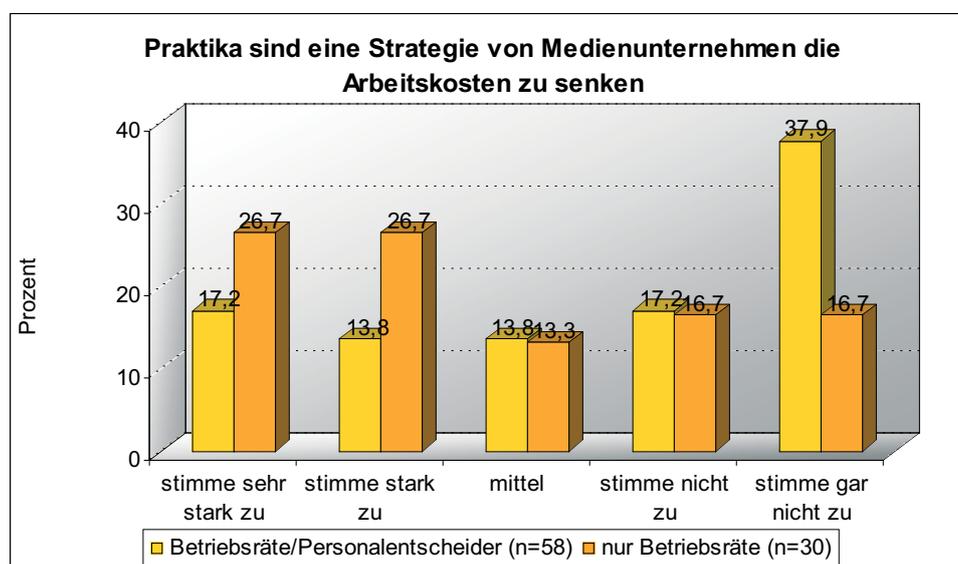


Abbildung 12: "Praktika als Strategie zur Arbeitskostensenkung"?

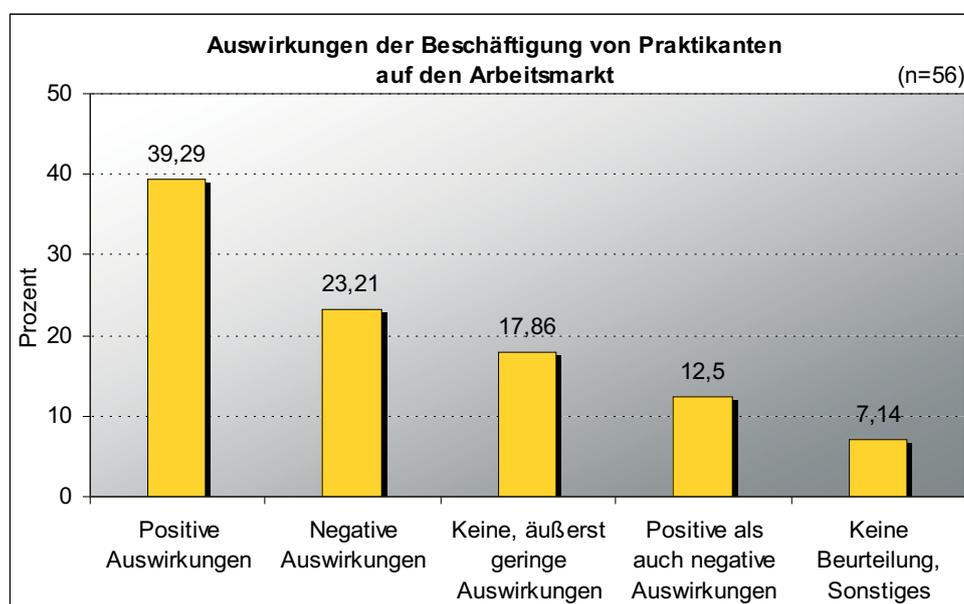


Praktika sind auch kein „vorübergehendes Phänomen aufgrund der gegenwärtigen Lage am Arbeitsmarkt“: Neun von zehn Betriebsräten/Personalentscheidern sind dieser Meinung. Der Betriebsrat eines Medienunternehmens, bei dem im vergangenen Jahr rund 40 Praktikanten tätig waren, bringt es in der offenen Frage auf den Punkt: „... wir müssen damit leben lernen, dass viele prekär beschäftigt sind.“

Rund 40 Prozent der Antworten auf die offene Frage nach den Auswirkungen der Praktika auf den Arbeitsmarkt (vgl. Abbildung 13) lassen sich als positiv kategorisieren. – Allerdings sind die Respondenten hier zu rund drei Viertel Personalentscheider und nicht Betriebsräte. Die Frage wurde von diesen Personen auch vorrangig in Bezug auf die Praktikanten verstanden, die durch dieses Training ihre Chancen auf dem Arbeitsmarkt verbessern können. Praktika werden sowohl als zusätzliche Ausbildungsmöglichkeit für die Studierenden, wie auch als erster Schritt in das Berufsfeld bzw. als Orientierungshilfe gesehen. So meint etwa ein Mitglied der Chefredaktion eines großen Mediums mit insgesamt hundert Mitarbeitern, dass Praktika eine zusätzliche Chance seien: „Das sehe ich positiv. Ich glaube nicht, dass die Beschäftigung von Praktikanten negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt hat, denn später trennt sich sowieso die Spreu vom Weizen.“ Die Programmchefin eines privaten Radiosenders sieht im Praktikum eine Entscheidungshilfe für die Berufswahl: „Denn wenn es nicht gefällt, und unsere Praktika sind praktisch angelegt, dann möchten sie sicher nicht in diesem Bereich arbeiten. Das ist die Auswirkung auf den Arbeitsmarkt.“ Ein

weiterer Programmchef eines Privatradios merkt an, dass „mittlerweile ca. 40 Prozent der Mitarbeiter ehemalige Praktikanten“ sind. Seit Start habe der Sender ca. 130 Praktikanten ausgebildet, viele davon seien „heute in anderen Medienunternehmen tätig“. Für den Chefredakteur einer lokalen Wochenzeitung bietet ein Praktikum Studierenden die Möglichkeit, im Journalismus Fuß zu fassen: „Sie bringen einen ersten Fuß in die Tür. Ob sich die Tür ganz öffnet, hängt dann von dem jeweiligen Praktikanten ab. Ich sehe das Praktikum als ersten Schritt.“

Abbildung 13: Auswirkungen der Praktika auf den Arbeitsmarkt (offene Frage)



Ein Viertel der Interviewten – zwei Drittel von ihnen sind Betriebsräte – sieht in der Beschäftigung von Praktikanten allerdings negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Zum Unterschied zu denjenigen, die hier positive Auswirkungen sehen, betreffen die Argumente den journalistischen Arbeitsmarkt als Ganzes. So meint ein Betriebsrat eines Medienunternehmens, bei dem im vergangenen Jahr rund 40 Praktikanten tätig waren, Praktika wirkten sich „lohn- u. soziallyeistungsdrückend aus“. Praktika erhöhen den Druck auf die angestellten Journalisten, wie es der Betriebsrat einer Tageszeitung erklärt: „Das bedeutet: mehr arbeiten für wenig Geld.“ Ein ORF-Betriebsrat kritisiert ebenfalls das „Lohndumping“ und fügt aber hinzu: „Es führt zum Verlust des Berufsbildes der Journalisten. Es kommt zum Personalersatz.“

Jeder achte Befragte sieht sowohl positive als auch negative Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Und hier zeigt sich das vorher beschriebene Muster, dass die Antwort auf diese die Frage davon abhängt, ob eher an die individuellen Chancen der einzelnen Praktikanten gedacht wird oder an die generellen Strukturen der Beschäftigung. So meint eine Betriebsrätin eines ORF-Landesstudios: *„Wenn das so ist, dass einer ein oder zwei Praktika vorweisen kann, dann erhöht das seine Chancen am Arbeitsmarkt. In allen Medienbetrieben. ... Wenn ein Unternehmen kontinuierlich mit Praktikanten arbeitet, denen so einen schweinishen Niedriglohn zahlt, dann hat das Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt.“*

Ein knappes Fünftel sieht durch journalistische Praktika keine bzw. äußerst geringe Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt. Argumentiert wird das damit, dass mit mangelnder Qualität der Praktikanten (*„die meisten Praktikanten haben ja keine Ahnung von Tuten und Blasen“*; *„Wir ersparen uns dadurch keine Kohle. Das mag vielleicht bei [Name der Konkurrenzzeitung] so sein, aber nicht bei einer Zeitung, die einen gewissen Qualitätsanspruch hat.“*), dass es sich dabei ohnehin nur um Studenten handle (*„Die Praktikanten sind ja nicht arbeitslos gemeldet.“*) und weil durch die Praktika der Arbeitsmarkt nicht transparenter würde (*„Wenn es einer Institution gelingen würde, ein Aufnahmeverfahren zu entwickeln, dass die geeignetesten Personen für den Journalismus finden würde, dann würde das eine Quelle sein, der man sich bedienen könnte. Ich würde dann jede Woche bei dieser Institution anrufen. So etwas gibt es aber nicht. Daher hat die Beschäftigung von Praktikanten keine relevante Auswirkung.“*). Vier Personen konnten eventuelle Arbeitsauswirkungen durch Praktika nicht beurteilen.

Was die Betriebe den Praktikanten bieten

In rund der Hälfte (50,8%) der Praktikumsbetriebe gibt es keinen Ausbildungsverantwortlichen. (Besonders problematisch stellt sich die Situation in den ORF-Landesstudios dar: in acht der neun gibt es keinen Verantwortlichen für die Auszubildenden.) Gibt es einen Ausbildungsverantwortlichen, so bekommt dieser in neun von zehn Medien (88,9%) *keine* Zusatzvergütung für die Ausbildung des journalistischen Nachwuchses.

Allerdings kümmert sich die Chefredaktion/Ressortleitung in etwas mehr als der Hälfte der befragten Medien um die Praktikanten. In je einem Fünftel gibt es regelmäßige bzw. nur sporadische Treffen, in fünf Medien kümmert sich die journalistische Leitung gar nicht um Praktikanten (siehe Tabelle 12). Grundsätzlich gilt hier: je eher Praktikanten einen ausbildungsverantwortlichen Redakteur zur Seite gestellt bekommen, um so eher kümmert sich auch die Chefredaktion um die Praktikanten: in zwei Drittel der Me-

dien, die einen Ausbildungsverantwortlichen haben, betreut auch die Chefredaktion/Ressortleitung die Praktikanten.

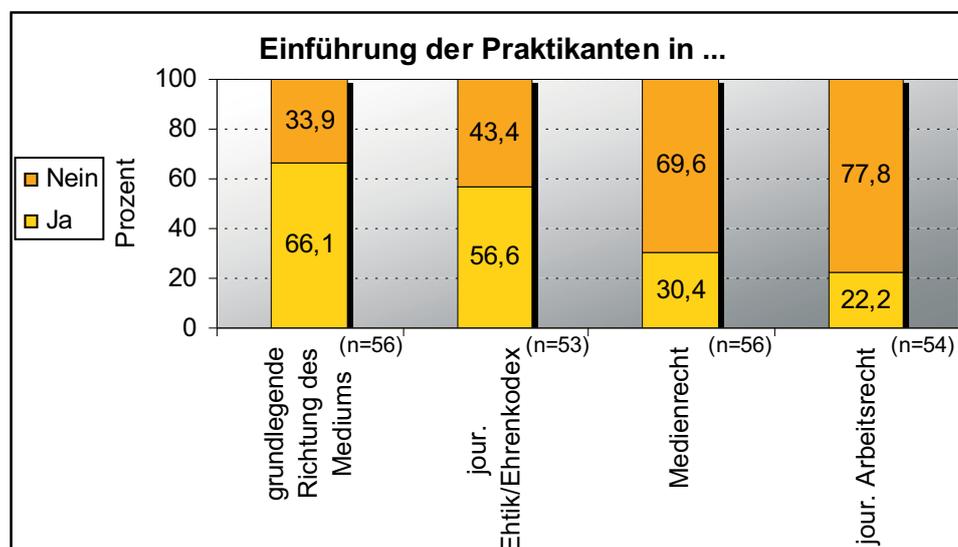
Tabelle 12: Betreuung von Praktikanten durch Chefredaktion/Ressortleitung

Chefredaktion/Ressortleitung...	Häufigkeit	Prozent
betreut selbst	29	50,9
hat regelm. Treffen	11	19,3
hat eher nur sporadische Treffen	12	21,1
kümmert sich nicht	5	8,8
Gesamt	57	100

Die Intensität des betriebsrätlichen Kontaktes mit den Praktikanten tendiert gegen Null. 12 der befragten Medienunternehmen haben gar keinen Betriebsrat (20,3%). In fast drei Viertel (73,4%) gibt es zwar einen, dieser hält aber nach Selbstbekundung keinen oder nur sporadischen Kontakt mit den Praktikanten. In lediglich einem Medium betreut der Betriebsrat auch die Praktikanten selbst.

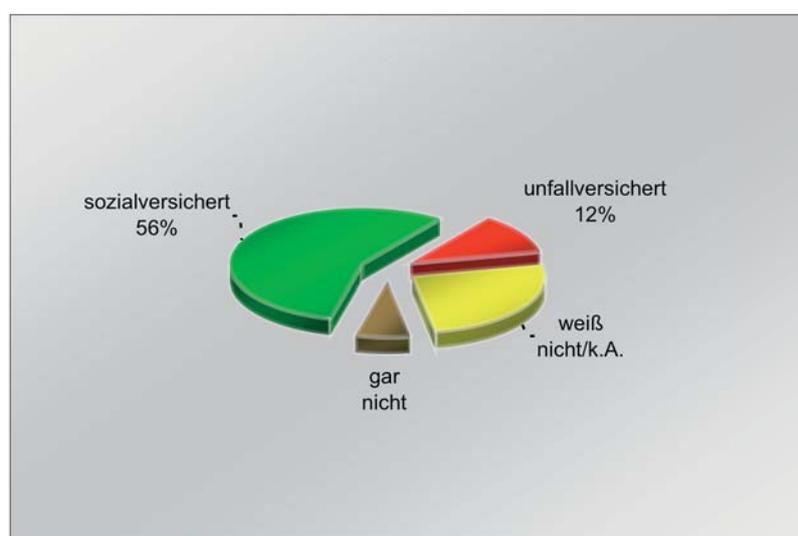
Es liegt daher nahe, dass Praktikanten wenig bis nichts über die Rechtssituation journalistischer Arbeit erfahren: In über drei Viertel der Unternehmen bekommen sie zu Beginn ihrer Tätigkeit keine Einführung in das journalistische Arbeitsrecht und auch zu rund 70% keinen Überblick über das Medienrecht. (siehe Abbildung 14). Journalistische Ethik, die Grundlagen des „Ehrenkodex der österreichischen Presse“, der Bestandteil des Kollektivvertrages ist, wird in etwa der Hälfte der Unternehmen zu einem Thema, das den Praktikanten nahegebracht wird. – Immerhin eine einleitende Erklärung der grundlegenden Richtung des Mediums gibt es zwar auch nicht in allen, aber in in zwei Drittel der befragten Medien. In 15 Betrieben, das ist ein Viertel aller befragten Unternehmen, gibt es keine Einführung in auch nur einer dieser vier berufsrelevanten Sachverhalte. In diese Kategorie fallen vor allem Tages- und Wochenzeitungen (neun der 15).

Abbildung 14: Einführung der Praktikanten in Rechtsgrundlagen



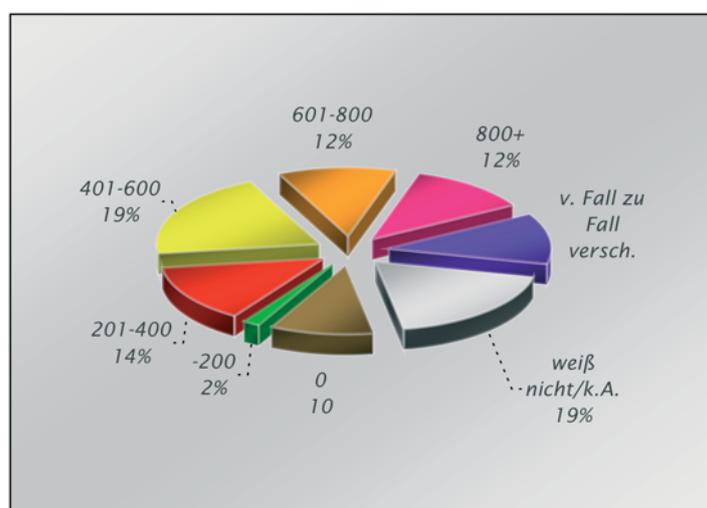
Nicht ganz 60 Prozent der befragten Betriebsräte und Personalentscheider geben an, dass die bei ihnen tätigen Praktikanten sozialversichert sind (in Bezug auf die Gesamtzahl der in allen untersuchten Betrieben arbeitenden Praktikanten betrifft dies aber nur rund 40%!), bei weiteren 12 Prozent sind sie unfallversichert und bei vier Medien gar nicht versichert – das sind in Summe 127 Praktikanten. Der Rest der Befragten (19%) weiß bemerkenswerterweise darüber nichts oder möchte dazu keine Angaben machen (vgl. Abbildung 15).

Abbildung 15: Versicherungsstatus der Praktikanten



Jedes zehnte Unternehmen zahlt den Praktikanten kein Entgelt (vgl. Abbildung 16). Zählt man jene Medien hinzu, die unter 400 Euro auszahlen, so erhöht sich die Zahl auf knapp 30 Prozent. In diesen Medien haben im abgelaufenen Jahr mehr als 500 Schüler und Studierende ihre Erfahrungen mit dem Berufsleben des Journalismus gemacht, d. h. es trifft auf zwei Drittel der Praktikanten, die durch die befragten Betriebe repräsentiert werden zu! Ein Drittel erhält mehr, ein weiteres Drittel der Befragten konnte zu dieser Frage keine Angaben machen bzw. meinte, „dies sei von Fall zu Fall verschieden“.²² – Das lässt sich, so man nicht von Willkür ausgeht, nur mit einer Einstufung als freie journalistische Mitarbeiter, die auf Erfolgsbasis arbeiten, erklären.

Abbildung 16: Bezahlung der Praktikanten

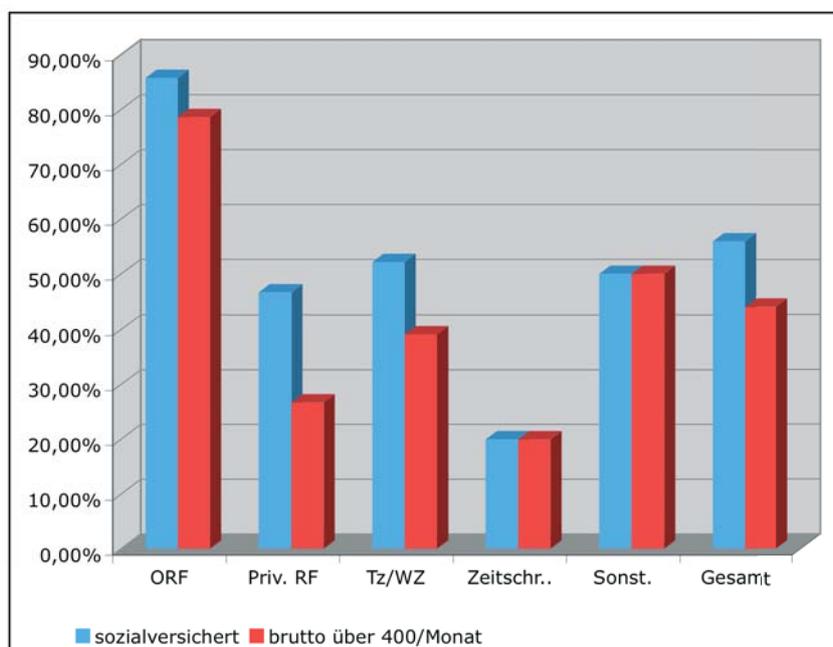


Interessant ist die Realverfassung des arbeitsrechtlichen Status der Praktikanten in Bezug auf Mediengruppen (vgl. Abbildung 17). Hier liegt der ORF am besten: Um die 80% der Praktikanten sind dort sozialversichert und erhalten mehr als 400 Euro brutto/Monat. Andererseits erstaunt die Situation bei den Tages- und Wochenzeitungen, für die seit Juni ein kollektivvertragliches Entgelt für Praktikanten von € 508,00 vereinbart ist. – Nur 40 Prozent der Befragten wissen von Praktikumsentgelten von über 400 Euro/Monat, nur bei etwas mehr als der Hälfte dieser Medien erfolgt eine Anmeldung bei der Sozialversicherung. Privatrundfunkanstalten und Zeitschriften bezahlen zwar noch in

²² Bei den Bezahlungen der Praktikanten handelt es sich – das wurde durch Rückfragen überprüft – um „echte Bezahlungen“ durch das jeweilige Unternehmen und nicht etwa um Stipendien von dritter Seite.

geringerem Ausmaß, doch gibt es hier auch keine rechtlich bindenden Regeln.

Abbildung 17: Sozialversicherung und Bezahlung nach Mediengruppen



Wie auch immer: die KV-Bestimmungen zum Praktikum sind mehrheitlich nicht bekannt bzw. auch nicht anerkannt. – Mehr als zwei Fünftel der Betriebsräte und Personalentscheider kennen die kollektivvertraglichen Regeln bezüglich der Praktikanten nach eigenen Angaben nicht (bemerkenswerterweise gibt es hier keinen anteilmäßigen Unterschied zwischen Betriebsräten und Personalentscheidern). Ein weiteres Fünftel (20,4%) kennt die Regelungen, hält sie aber nicht für wichtig und richtig. Zehn (18,5%) halten sie für ausreichend und weitere zehn Betriebsräte/Personalentscheider sprechen sich für eine Erweiterung bzw. Verbesserung der Regelungen bezüglich der Praktikanten aus – hier werden in offenen Antworten vor allem Bezahlung und klare Aufgaben- und Arbeitszeitregelungen genannt.

Wert der Praktika für die Ausbildung

Befragung von Repräsentanten der Bildungsinstitutionen

In den letzten acht Jahren wurde an den meisten österreichischen Universitätsinstituten und Fachhochschulen, die im Kommunikationsbereich ausbilden – Ausnahme Institut für Kommunikationswissenschaft der Universität Wien –, ein verpflichtendes Praktikum in den Studienplan aufgenommen. Um den Stellenwert der Praktika im Lehrplan der Bildungsinstitutionen, aber auch das Problembewusstsein für die Praktikumsituation zu untersuchen, wurden Leitfadeninterviews mit vier Repräsentanten dieser Einrichtungen durchgeführt²³ (vgl. Tabelle 13). Die vorgeschriebene Praktikumsdauer variiert zwischen zwei und fünf Monaten. Die rechtliche Grundlage ist auf eine so genannte „Kann-Bestimmung“²⁴ im Universitätsstudiengesetz zurückzuführen. Deren Umsetzung hat sich aus der Überzeugung der Entscheidungsträger

²³ Die Interviews fanden im Zeitraum zwischen 10. 3. und 28. 4. 2008 statt und wurden in Anlehnung an Mayring (1990, 42-93) und Meuser/ Nagel (1991, 441-471) ausgewertet.

Ein weiteres, fünftes, Interview wurde mit Gehard Tschugguel von der Katholischen Medienakademie durchgeführt, in die Tabelle 13 jedoch nicht aufgenommen: Bei der Katholischen Medienakademie werden zwar ebenfalls Praktika verlangt, doch handelt es sich hier nicht um eine tertiäre Bildungsinstitution – und auch die Zahl der Praktikanten fällt mit 11 pro Jahrgang im Vergleich zu den anderen Einrichtungen wenig ins Gewicht.

²⁴ Im Handbuch Universitätsstudiengesetz gibt es hinsichtlich der Erstellung von Studienplänen (Studienplan in 18 Schritten) sog. *Muss-* und *Kann-*Bestimmungen. Die *Kann-*Bestimmungen sehen vor, dass die Studienkommission den Studierenden zur Erprobung des bereits Erlernten eine einschlägige Praxis ab dem zweiten Semester vorschreiben kann und dabei festlegen muss, wie man diese ggf. anders als außerhalb der Universität durchführen kann. Diese Bestimmung bezieht sich auf § 9 und § 13 Abs. 5 Z 4 UniStG.

am jeweiligen Institut ergeben, den Studierenden Einblick in die Praxis zu vermitteln: Renger (Universität Salzburg) betont, dass das Praktikum auf Wunsch der Institutsmitglieder eingeführt wurde, damit die Studierenden „über den Tellerrand schauen“; für Karmasin (Universität Klagenfurt) war das zum Einführungszeitpunkt „damals einfach state of the art ...“. An den Fachhochschulen stand das verpflichtende Praktikum nicht zur Diskussion, da es an FH-Studiengängen ohnehin vorgeschrieben ist. Alle Befragten befürworten die Praktika²⁵ mit Argumenten, die sich grob unter der Maxime zusammenfassen lassen: Redaktionspraxis ist wichtig, denn das Praktische kann man nicht im Hörsaal lernen. Karmasin (Universität Klagenfurt) sieht das Praktikum „eigentlich sehr positiv“, ergänzt aber: „Man darf sich sozusagen der Illusion nicht hingeben, dass ein Praktikum ein Feigenblatt ist, um ein Studium jetzt ganz nah an die Praxis und als Berufsausbildung zu machen.“ Die akademische Ausbildung sei eine Berufsvorbereitung und keine Berufsausbildung. Christl (FH Wien) meint: „Absolut notwendig und sinnvoll, je mehr desto besser.“ Ähnlich sieht das Renger aus Salzburg, der ein achtwöchiges Praktikum für zu kurz hält: „Wenn man denkt, dass die Juristen ein Gerichtsjahr machen müssen, dass die Lehramtskandidaten ein Probejahr machen müssen, um in ihren Beruf hineinzuwachsen. Und wir irgendwie acht Wochen verlangen, dann ist das ein eklatantes Missverhältnis.“ Ihm ist in diesem Zusammenhang aber freilich das Problem der Finanzierbarkeit bewusst, denn „ein Gerichts- oder Probejahr wirft ein bisschen mehr ab als ein Praktikum bei irgendeinem Privatradiosender“.

²⁵ An der Universität Salzburg hat es seinerzeit aber auch Widerstand gegen die Einführung eines Pflichtpraktikums durch die Studienrichtungsververtretung und einen Professor gegeben. Die Gegner, erklärt Renger, befürchteten dadurch einen „Anschlag auf die Autonomie der Studierenden“ und einen „massiven Verdienstentgang von Geldjobs in den Ferien“.

Tabelle 13: Übersicht Pflichtpraktika

Übersicht Pflichtpraktika – Bildungsinstitutionen				
Bildungsinstitution	Fachbereich Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg	Studiengang für Journalismus und Unternehmenskommunikation, FH Joanneum in Graz	Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft, Universität Klagenfurt	Studiengang für Journalismus und Medienmanagement, FH Wien
Gesprächspartner	ao. Univ.-Prof. Dr. Rudi Renger	FH-Prof. Mag. Dr. Heinz N. Fischer	Univ.-Prof. Mag. DDr. Matthias Karmasin	Dr. Reinhard Christl
Position d. Gesprächspartners	Stv. Leiter des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und ehemaliger Leiter der Abteilung Journalistik am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg	Leiter des Studiengangs für Journalismus und Unternehmenskommunikation an der FH Joanneum in Graz	Mitglied der Institutskonferenz am Institut für Medien- und Kommunikationswissenschaft an der Universität Klagenfurt und Leiter des Diplomandenseminars am Studiengang Journalismus und Medienmanagement an der FH Wien	Leiter des Studiengangs für Journalismus und Medienmanagement an der FH Wien
Jahr der Einführung des Pflichtpraktikums	2001 (mit der Umstellung auf Bakkalaureats- u. Magisterstudium)	2002 (mit Gründung des Studiengangs) Praktika)	2000 (Einführung eines neuen Studienplans)	2004 (mit Gründung des Studiengangs)
Vorgeschriebener Zeitraum u. Zeitpunkt des Praktikums	8 Wochen (im Laufe des Bakkalaureatsstudiums)	19 Wochen (zwei Praktika zu je vier Wochen [4. Semester] bzw. 15 Wochen [7. Semester]; neu im Bakkalaureatsstudium [aller Voraussicht nach ab dem WS 2008/2009]; Praktikum im 5. Semester (= 16 Wochen)	12 Wochen (im Laufe des 2. Studienabschnitts)	16 Wochen (Diplomstudium: im 7. Semester; Bakkalaureatsstudium [neu seit dem WS 2007/2008]: Praktikum im 6. Semester (=16 Wochen)
Anzahl der Studierenden	708 Studierende im Bakkalaureatsstudium, 68% Frauen, 32% Männer (Stand: 14. 04. 2008)	101 Studierende, 62,4 Prozent Frauen, 37,6% Männer (Stand: Mai 2008)	935 Studierende, 69% Frauen, 31% Männer (Stand: 17. 12. 2007)	170 Studierende im Diplomstudium, Frauen 50,6%, Männer 49,4% (Stand: April 2008)

Einbindung des Praktikums in den Lehrplan

Bei der Integration des Pflichtpraktikums in das Curriculum gibt es große Unterschiede zwischen den Bildungsinstitutionen: Mit Abstand am deutlichsten ist das Praktikum in den Lehrplan der FH Graz integriert. Es gibt vorbereitende, begleitende und nachbereitende Lehrveranstaltungen. Fischer: „Wir betreiben das mit einem hohen Zeit-, organisatorischen und personellen Aufwand.“ „Im Bachelor (Umstellung mit Wintersemester 2008/2009, Anm. d. Verf.) werden wir etwas komprimierter agieren müssen.“ Es soll aber weiterhin vorbereitende, begleitende und reflexive Lehrveranstaltungen zum Praktikum geben. Am anderen Ende der Skala ist der Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg einzuordnen. Das Praktikum wird dort in keinem einzigen Seminar in den Lehrplan eingebunden. Das war ursprünglich vorgesehen, war laut Renger „aber in keiner Weise zu finanzieren“ und wird als eine „extreme Schwachstelle“ gesehen: „Das ist das Problem, dass eben der gesamte Studienplan in gewissen Teilen nicht oder nur schwer umsetzbar ist – aufgrund des eklatanten Personal- und Budgetmangels.“ Die FH Wien und die Universität Klagenfurt sind zwischen dieser starken Integration des Praktikums in das Curriculum und der „Schwachstelle“ einzuordnen. An der FH Wien gibt es spezielle vorbereitende und reflexive Lehrveranstaltungen, in Klagenfurt zumindest ein Seminar zur Reflexion der Praxis.

An den beiden Universitäten in Salzburg und Klagenfurt kann das Pflichtpraktikum in den unterschiedlichsten Unternehmen der Kommunikationsbranche absolviert werden. In Klagenfurt sind die Vorgaben sogar dergestalt weit, dass auch die Anrechnung eines Auslandssemesters als Pflichtpraktikum möglich ist. Karmasin: Aufgrund des Standortproblems der Universität Klagenfurt wurde „das Ziel der employability und facheinschlägiger Berufserfahrung nicht ganz erreicht“.

An den Fachhochschulen werden die möglichen Praktikumsbetriebe hingegen klarer definiert. In Graz wird der angestrebte Praktikumsbetrieb „genau angeschaut und freigegeben“ (Fischer). An der FH Wien sollte das Praktikum bei „einem österreichischen oder ausländischen Qualitätsmedium passieren“ (Christl), wobei es Ausnahmen gibt. Zum Beispiel ist das Praktikum in einem „innovativen Web 2.0-Unternehmen“ auch möglich, aber nicht ausreichend – ein Qualitätsmedium darf in der Praktikums-erfahrung nicht fehlen.

Mit Ausnahme der FH Graz werden künftige Veränderungen in der Organisation der Praktika angedacht: Renger (Universität Salzburg) wünscht sich eine stärkere „Kanalisation“ und erwähnt

als Beispiel für eine optimierte Integration eine an der Universität durchgeführte Praktikumsmesse. Das habe für beide Seiten Vorteile: „Studierende können direkt Gespräche mit Vertretern der Medienunternehmen führen“ und die Medienunternehmen „finden hochwertige Studierende“. Christl von der FH Wien ist der Meinung, dass es „Praktika parallel zum Studium geben sollte“, ein Praktikum im 7. Semester sei zu spät. In Klagenfurt wird es mit der Umstellung auf das Bakkalaureatsstudium künftig Erneuerungen im Lehrplan bezüglich der Vor- und Nachbereitung von Praktika geben. In Diskussion ist hier auch eine Verbindung des Praktikums mit der Bakkalaureatsarbeit.

Zusammenarbeit mit Praktikumsbetrieben

Bei allen hier untersuchten Bildungsinstitutionen gibt es Kooperationen mit Praktikumsbetrieben, wiewohl diese Zusammenarbeit sehr unterschiedlich ausgestaltet und auf sehr verschiedene Art und Weise zustande gekommen ist.

Die Abteilung Journalistik des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg hat eine sehr konkrete Kooperation mit zwei lokalen Medienbetrieben („Welle 1“ und „Radiofabrik“). Mit „Welle 1“ gibt es auf deren Initiative ein klares Abkommen: Sie nimmt jedes Jahr sechs Studierende für jeweils zwei Monate. Laut Renger handelt es sich dabei um „eine gegenseitige Verpflichtung“ nach dem Motto: „Wir liefern die Praktikanten und ihr gebt uns die Garantie, dass die auch gut ausgebildet werden.“ Abseits dieser Zusammenarbeit hat die Abteilung Journalistik kurz nach Einführung des Pflichtpraktikums (2001) intensiv versucht, die Aufnahmefähigkeit von Unternehmen in Westösterreich und Südbayern zu eruieren. Dazu hat man 300 Unternehmen kontaktiert. Die Rückmeldungen waren nach Renger „sehr positiv“. Eine auf der Homepage daraufhin eingerichtete Praktikumsbörse habe „eine Weile funktioniert“, aufgrund von Personalmangel konnte aber die Betreuung und Aktualisierung nicht fortgesetzt werden. So bewege sich die Praktikumsvermittlung jetzt „zwischen Tür und Angel dahin“.

Die Frage, ob es eine Kooperation mit Praktikumsbetrieben gebe, beantwortet Fischer (FH Joanneum) mit einem „Jein“. Einerseits gebe es zwar offiziell keine Abkommen („das ist informell institutionalisiert“), andererseits habe sich aber aufgrund der hohen Frequenz von FH-Studierenden in diversen Medienunternehmen (Kleine Zeitung, ORF-Landesstudio Stmk., APA) ein „direkter Kontakt“ ergeben. Hinzu kommt, dass Studierende, die nachweisen können, dass sie keinen Praktikumsplatz finden konnten, in „einen Pool“ von 15 bis 20 Betrieben aufgenommen werden. Dieser Pool

werde zwar nicht „offensiv angeboten“, es bleibe aber „niemand auf der Strecke“. Die Universität Klagenfurt hat im Projektbereich Kooperationen mit der Telekom und der Styria, Karmasin schränkt aber ein, dass dadurch nur ein geringer Prozentsatz der Studierenden zu einem Praktikum komme. An der FH Wien gibt es einige wenige Verträge mit Praktikumsbetrieben. Christl betont aber die „massive informelle Zusammenarbeit“ mit Medienbetrieben durch die an der FH lehrenden Lektoren, welche die Studierenden direkt aus der Lehrveranstaltung heraus rekrutieren. Dies ist eine Strategie, von der auch aus Salzburg und Klagenfurt berichtet wird.

Bewertung der Praktika

Der Nachweis des absolvierten Praktikums wird sehr unterschiedlich gehandhabt. Eine systematische Analyse der Praktikumsbestätigungen gibt es aber an keiner der einschlägigen Bildungsinstitutionen: An der FH Wien ist eine derartige Analyse nach Schwerpunkten, Problemen und Praktikumsgebern in den kommenden Jahren geplant. Die genaueste Überprüfung findet an der FH Joanneum statt. Hier sind vorab Formulare auszufüllen und Bestätigungen vorzulegen. Während des Praktikums muss dann eine regelmäßige Berichterstattung an den Studiengang erfolgen. Nach Absolvierung sind die Studierenden in den Reflexionsseminaren zu einer Praktikumspräsentation verpflichtet und müssen eine weitere Bescheinigung des Unternehmens vorlegen.

„Organisationskommunikation, PR ganz deutlich im Vormarsch“ – mit diesen Schlagworten beschreibt Karmasin seine Analyse der Praktikumsbestätigungen. Es ist für ihn „wahnsinnig überraschend“, dass im Praktikum „EDV, Webdesign ... die klassischen Mediendinge sind“. Das Praktikum ist für Fischer (FH Graz) die „Absprungschance ins Berufsleben“. Der Lehrplan der FH Joanneum solle aufgrund der praktischen Erfahrung der Studierenden entsprechend nachjustiert werden: „Wir sehen immer wieder, wie sich unsere Studierenden bewähren und von welchen Entwicklungen sie zu berichten wissen. Diese Entwicklungen werden dann aufgenommen. Das Praktikum ist auch für den Studiengang insgesamt sehr wichtig, sicher nicht nur für die Praktikanten selbst.“ Wo es Praktikums-Reflexionsseminare gibt, haben die Bildungsinstitutionen und die Studierenden die Möglichkeit, die konkreten Erfahrungen zu verallgemeinern. In Klagenfurt, so Karmasin, haben die Studierenden somit die „Chance auch in einem theoretisch fundierten Rahmen ... darüber nachzudenken, was ist dort mit mir passiert ...“. Dies diene auch dazu, dass Erfahrungen unter Studierenden weitergegeben werden. Karmasin beschreibt dies als einen „Prozess ...“, wo Sozialkapital, also Reputation auf- und abgebracht wird“.

Das Feedback der Medienbetriebe an die Ausbildungsinstitutionen scheint unterschiedlich zu sein. Während Renger (Universität Salzburg) nur Rückmeldungen bekommt, wenn bei einem Studierenden die Arbeitsleistung nicht gepasst hat, trifft Karmasin vor allem auf „Praxeologen“, die „weniger theoretisches Wissen und viel mehr praktische Anwendbarkeit“ fordern. Christl (FH Wien) ist mit der Forderung nach möglichst vielen Praktika im Rahmen der Ausbildung und dem „Wunsch, die Leute möglichst billig zu beschäftigen ...“ konfrontiert. Fischer systematisiert die Wünsche der Medienunternehmen in drei Kategorien: a) Crossmedia-Kompetenzen; b) „Die Praktikanten sollten flinker werden;“ c) Kompetenz im Umgang mit Medientechniken.

Beurteilung arbeitsrechtlicher Rahmenbedingungen

Rechtliche Rahmenbedingungen bei Praktika in Medienunternehmen halten Renger, Christl und Karmasin für wichtig. Alle drei haben aber Vorbehalte: Renger hält die Einforderung für schwierig, weil die Höhe des Entgelts „im Ermessen des jeweiligen Unternehmens liegt ... da wird man wahrscheinlich schwer Einfluss darauf kriegen“. Christl spricht sich für die Einführung von Volontariaten nach deutschem Vorbild aus. Karmasin befürchtet, dass durch rechtliche Regulierungen „die Bereitschaft, Praktikanten zu nehmen weniger wird“. Nur Fischer hält prinzipiell nichts von gesetzlichen Rahmenbedingen: „Ich möchte vor gesetzlichen Regelungen eher warnen. Das könnte viele Unternehmen abschrecken, Praktikanten einzustellen.“ An der FH Joanneum in Graz habe es bezüglich der monetären Abgeltung, der Versicherungsform und der Anzahl der Überstunden bisher keine Probleme gegeben. Fischer: „Hier hat es keine Hässlichkeiten gegeben.“

Mit einer Ausnahme sprechen sich alle hier Befragten für die Zuweisung eines Ausbildungsverantwortlichen in der Redaktion aus, damit das Praktikum tatsächlich eine Qualifizierungsmaßnahme darstelle. Lediglich Karmasin sieht hier keine unbedingte Notwendigkeit, das komme ganz auf die Struktur des Unternehmens an. (Ohne Coach sei es insofern positiv als „man auch einmal ohne Netz zu tanzen lernt, so wie im wirklichen Leben“.) Eine ernsthafte Einbindung der Praktikanten in die Redaktionskonferenz und Lernen an eigenen Fehlern seien – so die allgemeine Meinung – wichtige Qualifizierungsmaßnahmen in einem Praktikum, denn der „Praktikant darf nicht der Letztverantwortliche sein“ (Fischer).

Bewertung der Zusammenarbeit mit Praktikumsbetrieben

Veränderungen in der Zusammenarbeit mit den Praktikumsbetrieben betrachten drei Repräsentanten als notwendig. Renger sieht die Notwendigkeit einer Erhebung der Praktikums-situation als Qualitätssicherung. Damit in Erfahrung gebracht werden kann, ob die Leute „dort auch wirklich etwas Gescheites lernen und nicht nur Staub saugen oder Redaktionsbögen wischen oder ... Leberkäsesemmel holen“. Zudem könnte durch ein stärkeres Zugehen der Wissenschaft auf die Praxis das Feld der Möglichkeiten der Studierenden erweitert werden. Viele Unternehmen wüssten nichts vom Pflichtpraktikum: „Manche würden möglicherweise Praktikanten nehmen.“

Gerhard Tschugguel von der Katholischen Medienakademie sieht es positiv, dass sich durch die Bundespresseförderung in den letzten Jahren die Betreuungssituation in den Redaktionen „schon ein wenig gebessert hat“. Er kritisiert aber die arbeitsrechtlichen Bestimmungen. Hier „befinden wir uns im Mittelalter“, denn „die Medienmanager sind beinhart darauf aus, dass man ihnen eigentlich etwas zahlen müsste, wenn die Jungen beginnen. Das heißt, nicht die Jungen bekommen etwas bezahlt, sondern es müssten ihnen die Jungen etwas zahlen, dass sie dort arbeiten dürfen.“ Die heutige Stundenanzahl beim Berufseintritt „hätte man früher durchaus als ausbeutend bezeichnet“. Zudem hält er das aufgewendete Geld für Fachhochschulen für Journalismus „für Geldvernichtung“. Die Politik habe es sich hier leicht gemacht, denn „man hat die Arbeitslosenstatistik damit auf Jahre beschönigt“. Er möchte „mal den Prozentsatz genauer erhoben haben, wie viele davon im Journalismus und wie viele davon in völlig anderen Bereichen landen.“ Dieses Ergebnis wäre „für die Politik vernichtend. Man hat sich ein gutes Image besorgt indem man eine Fachhochschule gegründet hat, aber man sagt [den Studierenden] nicht, was sie nachher beruflich einschlägig machen können. Also Österreich hat bitte nicht den Hintergrund einen Abgang von 70, 80, 90, 100 Abgängern des Fachlehrgangs Journalismus in dieser Branche aufzunehmen.“²⁶

²⁶ Ähnliche Kritik äußerte kürzlich der ehemalige Vizekanzler und derzeitige Rektor der FH Salzburg Erhard Busek im Standard : „Es besteht natürlich die Gefahr, dass die FHs der Mode zum Opfer fallen. Da sage ich jetzt unfreundlich: Es sollte nicht zu viele Studiengänge für Journalismus geben, denn da haben wir nicht die Posten. Das ist ein bisserl eine Modeerscheinung. Außerdem werden die FHs zum Teil leider auch verwendet, um Regionalpolitik zu machen. Der Landeshauptmann sagt, wir brauchen eine FH, und keiner hinterfragt den Bedarf.“ (Der Standard, 26./27.04.2008: F1)

Fazit und Bewertung

Gegenwärtig kann von einer Zahl von rund achthundert journalistischen Praktikanten pro Jahr in österreichischen Medienbetrieben ausgegangen werden. Ein Drittel davon muss das Praktikum im Rahmen ihrer tertiären Ausbildung verpflichtend absolvieren. Schätzungen des jährlichen Nachwuchsbedarfs im österreichischen Journalismus (vgl. Hummel 2006) belaufen sich demgegenüber auf nur ein Siebtel dieser Praktikantenzahl. Berücksichtigt man die in den letzten Jahren stark gestiegene Zahl *nur jener Personen*, welche an einschlägigen Bildungsinstitutionen mit dem Berufswunsch „Journalismus“ studieren – wir können von jährlich rund 1.300 Absolventen ausgehen (vgl. Dorer/Götzenbrucker/Hummel 2008) – wird augenfällig, dass Praktika das Bild des journalistischen Berufszugangs in Zukunft vermehrt prägen werden.

Damit einher geht eine zunehmende Konkurrenz einerseits um Praktikumsplätze und andererseits auch der Praktikanten gegenüber freien journalistischen Mitarbeitern. Der „Praktikantenarbeitsmarkt“ tangiert also durchaus die Arbeitssituation des Journalismus. Wir gehen davon aus, dass sich negative Effekte verstärken, wenn im Bereich der journalistischen Praktika keine Regelungssysteme etabliert werden können. Die Problematik erstreckt sich einerseits auf die erwähnte Substitution bezahlter journalistischer Tätigkeit, andererseits auf die Ausbildung und damit in weiterer Folge auf die Qualität journalistischer Produkte.

Denn bereits jetzt erhalten zwei Drittel aller Praktikanten entweder keine oder eine Bezahlung von unter vierhundert Euro pro Monat. Die Arbeitsleistung aller journalistischen Praktikanten (zumeist acht Wochen zu 37 Stunden) betrug 2007 rund 237.000 Stunden und damit rechnerisch 114 journalistische Vollzeit-äquivalente. – Auch wenn davon auszugehen ist, dass ein Praktikant einen vollwertigen Journalisten nicht ersetzen kann, zeigen die Ergebnisse dieser Studie, dass Praktikumstätigkeit bei weitem mehr ist als eine „Schnupperlehre“: fast alle verfassen während ihrer Tätigkeit redaktionelle Beiträge.

Die betriebliche journalistische Ausbildung – eigentlich das wesentliche Argument für die Existenz des Praktikums – zeigt nach den hier vorliegenden Daten starke Tendenzen in Richtung „learning by doing“, also dem eher überholten Konzept der Fünziger- und Sechzigerjahre: Es gibt keine systematische Praktikantenbetreuung in den Redaktionen, keine inhaltlichen Kooperationen der Ausbildungsinstitutionen mit den Ausbildungsbetrieben und offensichtlich auch nur geringe Vermittlung journalistischer Qualitätsstandards. Auch seitens der Lehrpläne der Bildungsinstitutionen existieren Seminare zur Reflexion der Praxiserfahrungen nur partiell. Das bedeutet, dass eine fundierte Journalistenausbildung, welche theoretisches Hintergrundwissen mit praktischen Fertigkeiten verbindet, durch die Pflichtpraktika im Rahmen akademischer Journalistenausbildung gegenwärtig noch nicht realisiert werden konnte.

Regelungen der journalistischen Praktika wären daher sowohl im Sinne der Ausbildung wie auch zur Stabilisierung des Arbeitsmarktes notwendig. – Beides ist letztlich auch ein Faktor zur Sicherung der Qualität journalistischer Produkte.

Gegenwärtig gibt es in diesem Zusammenhang nur eine Kollektivvertragsbestimmung bei Tages- und Wochenzeitungen hinsichtlich des Entgelts für Praktikanten. Diese Bestimmung zeitigt, wie die Daten dieser Studie nahelegen, zwar durchaus Wirkung – ist aber nicht ausreichend. Nicht zuletzt wird diese Regelung auch von etlichen dafür in Frage kommenden Betrieben nicht umgesetzt.

Maßnahmen zur Verbesserung des Status quo könnten sowohl durch die Sozialpartner, die Bildungsinstitutionen wie auch durch die KommAustria gesetzt werden:

- Vereinbarung von Kollektivvertragsbestimmungen, welche neben einem Mindestentgelt auch Mindestanforderungen in der inhaltlichen Betreuung von Praktikanten regeln;
- Festlegung inhaltlicher Kriterien der Praktikums-tätigkeit in Kooperation zwischen Bildungsinstitutionen und Medienbetrieben sowie engere Verzahnung der Praktika mit den generellen Curricula;
- Vergabe von Praktikumsstipendien durch Journalisten-ausbildungsinstitutionen welche aus Mitteln des Presseförderungsgesetzes subventioniert werden²⁷ nur

²⁷ Gem. § 10 (2) des Presseförderungsgesetzes 2004 werden „Vereinigungen, deren Hauptaufgabe die berufsbegleitende Aus- und Fortbildung von journalistischen

unter der Bedingung der Einhaltung qualitativer Ausbildungsstandards seitens der Praktikumsbetriebe. Eine entsprechende Änderung der Förderungsrichtlinien kann von der KommAustria als Medienbehörde jederzeit festgelegt werden.

Derartige Maßnahmen werden die Zahl der Praktikumsplätze zwar verringern, damit aber auch zu einer realistischeren Arbeitsmarktbewertung beitragen und jedenfalls die Qualität journalistischer Ausbildung erhöhen.

Mitarbeitern österreichischer Medienunternehmen ist“ gefördert. U.a. vergeben diese Vereinigungen auch Stipendien an Praktikanten.

Anhang

Literaturverzeichnis

Amann, Birgit (2007). Die Arbeitszufriedenheit österreichischer FH Studierender mit ihrem Pflichtpraktikum. Diplomarbeit an der FH Krems, Eigenverlag.

Briedis, Kolja/Minks, Karl-Heinz (2007). Generation Praktikum – Mythos oder Massenphänomen? Projektbericht im Auftrag des Hochschulinformationssystems (HIS). Online im Internet unter www.his.de/generationpraktikum.pdf (10.12.2008)

Dorer, Johanna/Götzenbrucker, Gerit/Hummel Roman (2008): Journalism Education and Training in Austria. In: Georgios Terzis (Ed.) European Journalism Studies Book. Bristol, Intellect Books – im Druck.

Grühn, Dieter/Hecht, Heidemarie (2007). Generation Praktikum? Prekäre Beschäftigungsformen von Hochschulabsolventeninnen und -absolventen. Forschungsbericht im Auftrag des DGB. Online im Internet unter <http://www.dgb-jugend.de/mediabig/6131A.pdf> (10.02.2008)

Der Standard, Der FH-Standard, „Die FH soll der Uni nicht ähnlicher werden“, 26./27.04.2008, F1.

Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger (2008). Ferialpraktikanten. Online im Internet unter http://www.sozialversicherung.at/portal/index.html?ctrl:cmd=render&ctrl>window=esvportal.channel_content.cmsWindow&p_menuid=511&p_tabid=5&p_pubid=596 (13.02.2008)

Hauptverband der österreichischen Sozialversicherungsträger (2008). Volontäre. Online im Internet unter http://www.sozialversicherung.at/portal/index.html?ctrl:cmd=render&ctrl>window=esvportal.channel_content.cmsWindow&p_menuid=2145&p_tabid=5&p_pubid=594 (13.02.2008)

Hummel, Roman. 2006. Strukturdaten zum österreichischen Journalismus. In: Abteilung Journalistik des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg (Hg.). Journalismus in Österreich. Salzburg, Eigenverlag, 6-10

Marr, Mirko/Wyss, Vinzenz/Blum, Roger/Bonfadelli, Heinz (2001). Journalisten in der Schweiz. Eigenschaften, Einstellungen, Einflüsse. Konstanz, UVK.

Mayring, Philipp (1990). Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. 2. Auflage. Weinheim, Deutscher Studien Verlag.

Meuser, Michael/Nagel, Ulrike (1991). ExpertInneninterviews – vielfach erprobt, wenig bedacht. In: Garz, Detlef/Kraimer, Klaus

(Hrsg.). *Qualitativ-empirische Sozialforschung*. Opladen, Westdeutscher Verlag, 441-471.

Schwenk, Johanna (2006). *Berufsfeld Journalismus. Aktuelle Befunde zur beruflichen Situation und Karriere von Frauen und Männern im Journalismus*. München, Verlag Reinhard Fischer.

Stolz, Matthias (2005). *Generation Praktikum*. In: *Die Zeit*, 31.03.2005, o. S. Online im Internet unter http://www.zeit.de/2005/14/Titel_2fPraktikant_14 (10.12.2006)

Schopf, Anna/Ringler, Paul (2007). *Arbeit ohne Wert? Strukturmerkmale der PraktikantInnen-Beschäftigung im Hochschulkontext in Österreich. Eine quantitative Studie*. Wien: Plattform Generation Praktikum. Online im Internet unter <http://www.generation-praktikum.at/unsere-forschung.aspx> (10.02.2008)

Weischenberg, Siegfried/Malik, Maja/Scholl, Armin (2006): *Die Souffleure der Massengesellschaft. Report über die Journalisten in Deutschland*. Konstanz, UVK

Fragebogen Medienunternehmen

Beginnsituation

Sehr geehrte/r Frau/Herr ...,

mein Name ist ... Ich bin Mitarbeiter von Professor Roman Hummel an der Universität Salzburg. Wir führen derzeit eine Studie durch, die sich mit der Praktikumsituation in österreichischen Medienunternehmen beschäftigt. Die Untersuchung soll dazu beitragen, die Ausbildungssituation im Bereich der journalistischen Praktika zu erheben. Dabei sind wir auf Ihre Mitarbeit angewiesen. Die Befragung dauert nicht länger als 7-8 Minuten.

Alle Ihre Antworten werden natürlich vertraulich behandelt. Die Untersuchungsergebnisse werden nie in Verbindung mit dem Namen ausgewertet, sondern nur in Form von zusammenfassenden Statistiken dargestellt.

Ich möchte Ihnen bereits im Voraus für Ihre Mitarbeit danken!

Hinweis: 1. bis 5. sind vom Interviewer auszufüllen (vgl. Kontaktdaten):

1.	Datum des Interviews?	<input type="text"/>
2.	Name des Gesprächspartners?	<input type="text"/>
3.	Position des Gesprächspartners?	<input type="text"/>
4.	Name des Mediums (TV-Sender, Zeitung o. ä.)?	<input type="text"/>
5.	Das Medium ist folgendem Bereich zuzuordnen:	<input type="checkbox"/> Tageszeitung
		<input type="checkbox"/> Wochenzeitung
		<input type="checkbox"/> Monatszeitung
		<input type="checkbox"/> Agentur/Mediendienst
		<input type="checkbox"/> Zeitschrift
		<input type="checkbox"/> Online-Medium
		<input type="checkbox"/> Privates Fernsehen
		<input type="checkbox"/> Privater Hörfunk
		<input type="checkbox"/> Öffent.-rechtl. Hörfunk
		<input type="checkbox"/> Öffent.-rechtl. Fernsehen
	<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar <input type="text"/>	

Eingangs interessieren uns einige ganz allgemeine Fragen zum Praktikum und zu den Haupteinsatzgebieten von Praktikanten.

6.	Wie viele Praktikanten waren in Ihrem Unternehmen im vergangenen Jahr (2007) journalistisch tätig? Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte.	<input type="text"/> Praktikanten
----	--	-----------------------------------

7.	Gibt es eine bestimmte Ausbildungsinstitution (FH, Universitätsinstitut) von der besonders häufig Praktikanten kommen?	<input type="checkbox"/> Ja, von
		<input type="checkbox"/> Nein, da gibt es keine Häufungen
		<input type="checkbox"/> Weiß nicht

8.	Wie lange sind diese Praktikanten bei Ihnen durchschnittlich tätig?	<input type="text"/> Monate
----	--	-----------------------------

Hinweis: Folgende Frage keinen Special-Interest-Medien (z.B. Sportwoche) stellen.

9.	In welchen Ressorts / Themenbereichen werden die Praktikanten v. a. eingesetzt? Mehrfachantworten möglich	<input type="checkbox"/> Lokales/Chronik
		<input type="checkbox"/> Politik
		<input type="checkbox"/> Wirtschaft
		<input type="checkbox"/> Kultur
		<input type="checkbox"/> Sport
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar

Nun zwei Fragen zu der Sinnhaftigkeit und zur Nützlichkeit des Praktikums.

10.	Wie sinnvoll beurteilen Sie das Praktikum für die Praktikanten? Bewerten Sie bitte anhand einer Notenskala von 1 bis 5. 1 würde bedeuten, dass Sie das Praktikum als „sehr sinnvoll“ beurteilen; 5 würde bedeuten, dass sie es als „sehr sinnlos“ beurteilen. Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen.	(1) sehr sinnvoll	(2)	(3)	(4)	(5) sehr sinnlos
		<input type="checkbox"/>				

11.	Wie nützlich sind die Praktikanten für Ihr Unternehmen? Bewerten Sie bitte anhand einer Notenskala von 1 bis 5. 1 würde bedeuten, dass die Praktikanten „sehr nützlich“ sind; 5 würde bedeuten, dass sie „sehr unnützlich“ sind. Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen.	(1) Sehr nützlich	(2)	(3)	(4)	(5) sehr unnützlich
		<input type="checkbox"/>				

In den nächsten Fragen geht es um die Betreuung der Praktikanten.

12.	Gibt es einen Ausbildungsverantwortlichen in der Redaktion?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein (weiter mit Frage 14)

13.	Bekommt dieser eine Zusatzvergütung vom Unternehmen?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein

14.	Inwiefern kümmert sich die Chefredaktion/ Ressortleitung um die Praktikanten?	<input type="checkbox"/> Betreut selbst die Praktikanten
		<input type="checkbox"/> Es gibt regelmäßige Treffen
		<input type="checkbox"/> Eher nur sporadisch
		<input type="checkbox"/> Kümmert sich nicht

15.	Wie intensiv hat der Betriebsrat mit Praktikanten zu tun?	<input type="checkbox"/> Betreut selbst die Praktikanten
		<input type="checkbox"/> Es gibt regelmäßige Treffen
		<input type="checkbox"/> Eher nur sporadisch
		<input type="checkbox"/> Nie
		<input type="checkbox"/> Es gibt keinen Betriebsrat

16.	Gibt es so etwas wie eine allgemeine Einführung der Praktikanten in ...	
	... das Medienrecht?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	... die grundlegende Richtung des Mediums?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	... das journalistische Arbeitsrecht?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	... die journalistische Ethik/den Ehrenkodex?	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein

17.	<p>Wir haben jetzt sehr viel über die Praktikanten gesprochen. Nun möchte ich von Ihnen wissen, wie viele fest angestellte (ständig freie und feste) Journalisten beschäftigte Ihr Unternehmen mit Ende des vergangenen Jahres?</p> <p>Wenn Sie es nicht genau wissen, schätzen Sie bitte.</p>	<p><input type="text"/> fest angestellte Journalisten</p>
-----	---	---

Nun ein paar Fragen zur sozialrechtlichen Absicherung und zur Bezahlung der Praktikanten.

Hinweise: Die in kursiv verfasste Antwort nicht vorlesen.

18.	In welcher Form werden die bei Ihnen beschäftigten Praktikanten versichert?	<input type="checkbox"/> Gar nicht
		<input type="checkbox"/> Unfallversichert
		<input type="checkbox"/> Sozialversichert
		<input type="checkbox"/> <i>Weiß nicht</i>

Hinweis: Die in kursiv verfassten Antworten nicht vorlesen.

19.	Wie hoch ist die monatliche Bezahlung (brutto) des Praktikums?	<input type="checkbox"/> Keine Bezahlung (weiter mit Frage 21)
		<input type="checkbox"/> Bis 200 Euro
		<input type="checkbox"/> 201-400 Euro
		<input type="checkbox"/> 401-600 Euro
		<input type="checkbox"/> 601-800 Euro
		<input type="checkbox"/> Über 801 Euro
		<input type="checkbox"/> <i>Weiß nicht</i>
		<input type="checkbox"/> <i>Ist von Fall zu Fall unterschiedlich</i>
20.	Wer zahlt diesen Betrag aus?	<input type="checkbox"/> Unternehmen
		<input type="checkbox"/> die Praktikanten erhalten ein Stipendium ²⁸
		<input type="checkbox"/> Unternehmen gemeinsam mit
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar
21.	Wie viele Stunden arbeiten die Praktikanten durchschnittlich während Ihres Praktikums pro Woche?	<input type="text"/> Stunden pro Woche
22.	Was halten Sie von den kollektivvertraglichen Rahmenbedingungen, die die Bezahlung von Praktika in Medienunternehmen regeln?	<input type="checkbox"/> Kenne sie nicht im Detail
		<input type="checkbox"/> Halte sie nicht für wichtig/nicht richtig
		<input type="checkbox"/> Halte sie für ausreichend
		<input type="checkbox"/> Sollten erweitert/verbessert werden, und zwar

²⁸ Anmerkung: Z.B. einer Ausbildungsinstitution, die Volontariatsstipendien gewährt.

Somit sind wir auch schon bei den drittletzten Fragen angelangt.

	Ich lese Ihnen nun einige Aussagen in Bezug auf Praktika vor. Bitte bewerten Sie auf einer Notenskala von 1 bis 5. 1 würde bedeuten, dass sie der Aussage „sehr stark zustimmen“; 5 würde bedeuten, dass Sie der Aussage „gar nicht zustimmen“. Mit den Zahlen dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstufen.	(1) stimme sehr stark zu	(2)	(3)	(4)	(5) stimme gar nicht zu
23	Praktika sind ...					
	...eine Chance, Journalisten zu rekrutieren	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...eine Strategie von Medienunternehmen die Arbeitskosten zu senken	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...nur ein vorübergehendes Phänomen aufgrund der Lage am Arbeitsmarkt	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...eine Möglichkeit für Studierende praktisch Verwertbares zu lernen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	...schlechtere Modelle des Berufseinstiegs als freie Mitarbeit oder Volontariat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Somit sind wir auch schon bei der vorletzten Frage angelangt. Diese lautet:

24.	Welche Auswirkungen hat die Beschäftigung von Praktikanten auf den Arbeitsmarkt?	
-----	---	--

Abschließend möchte ich Sie Folgendes fragen.

Hinweis: Wenn das Unternehmen derzeit keine Praktikanten hat, dann um die Mailadressen von bzw. Weiterleitung an Praktikanten fragen, die kürzlich in dem Unternehmen ein Praktikum absolviert haben.

25.	Wir machen parallel zur Befragung der Betriebsräte auch eine Online-Praktikantenbefragung. Könnten Sie uns entweder Mailadressen von Praktikanten zur Verfügung stellen, die derzeit ein Praktikum in Ihrem Unternehmen absolvieren, oder wären Sie bereit die Online-Fragebögen in Ihrem Hause weiterzuleiten?²⁹	
-----	---	--

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

²⁹ Der daraus resultierende Rücklauf ist allerdings mit fünf Praktikanten äußerst bescheiden ausgefallen Diese wurden in die Stichprobe im Rahmen der Befragung der Studierenden integriert.

Fragebogen Studierende

Liebe Absolventinnen und Absolventen des Bakkalaureatstudiums am FB Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg³⁰,

die Abteilung Journalistik des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg führt derzeit in Kooperation mit der Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung eine **Studie** durch, **die sich mit der Situation von Praktikanten in österreichischen Medienunternehmen beschäftigt**.

Die Befragung soll dazu beitragen, die empirischen Lücken in diesem Bereich zu schließen und so neue Erkenntnisse zu gewinnen. Dabei sind wir **auf Ihre Mitarbeit angewiesen**. Ihre Angaben werden natürlich ausschließlich in anonymisierter Form und zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet.

Bitte füllen Sie den Fragebogen aus und speichern Sie diesen ab. Senden Sie den dann ausgefüllten Fragebogen per Email an folgende Adresse: journalistik@sbg.ac.at. Alternativ können Sie uns den Fragebogen auch per Fax (+43 (0)662-8044 4190) oder Post (Abteilung Journalistik, FB Kommunikationswissenschaft, Universität Salzburg, Rudolfskai 42, A-5020 Salzburg) zurücksenden. Bitte senden Sie uns den **ausgefüllten Fragebogen innerhalb der nächsten zwei Wochen** (spätestens bis zum 3. April 2008) zurück.³¹

Bitte füllen Sie den Fragebogen nur dann aus, wenn Sie **mindestens eines Ihrer Pflichtpraktika in einem Medienunternehmen** (Zeitung, Zeitschrift, APA, Online-Medium, Hörfunk, Film & Fernsehen, ...) **in Österreich absolviert haben und dabei einer journalistischen Tätigkeit nachgegangen sind**. Sollten Sie Ihre Praktika in zwei verschiedenen Medienunternehmen (z. B. Zeitung und Fernsehen) absolviert haben, beziehen Sie Ihre Antworten bitte auf das zuletzt gemachte Praktikum.

Bei Rückfragen können Sie sich gerne unter der Telefonnummer +43 (0)650-5412 096 oder per Mail (journalistik@sbg.ac.at) an uns wenden.

Vielen Dank für Ihre Mitarbeit!

Mag. Robert Allmer
Univ.-Prof. Dr. Roman Hummel
Studienleitung

³⁰ Die Anrede und das Begleitschreiben wurden je nach Bildungsinstitution entsprechend modifiziert. Es liegt in der Natur der Sache, dass den aktuellen Betriebspraktikanten die Fragen 10, 11 und 14 nicht gestellt wurden.

³¹ Nach Ablauf dieser Frist wurde ein Erinnerungsschreiben ausgeschickt.

Eingangs interessieren uns ein paar allgemeine Fragen zum Praktikum und Ihren ausgeführten Tätigkeiten.

1.	In welchem Medienbereich haben Sie das Praktikum absolviert?	<input type="checkbox"/> Tageszeitung
		<input type="checkbox"/> Wochenzeitung
		<input type="checkbox"/> Monatszeitung
		<input type="checkbox"/> Agentur/Mediendienst
		<input type="checkbox"/> Zeitschrift
		<input type="checkbox"/> Online-Medium
		<input type="checkbox"/> Privates Fernsehen
		<input type="checkbox"/> Privater Hörfunk
		<input type="checkbox"/> Öffent.-rechtl. Hörfunk
		<input type="checkbox"/> Öffent.-rechtl. Fernsehen
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar

2.	Wie gestaltete sich für Sie die Suche nach einem Praktikumsplatz? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr schwierig“ bis 5 „sehr einfach“.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
		sehr schwierig				sehr einfach
		<input type="checkbox"/>				

3.	Welche Tätigkeiten haben Sie während Ihres Pflichtpraktikums ausgeführt? Mehrfachantworten möglich.	<input type="checkbox"/> Recherche
		<input type="checkbox"/> Besuch von Pressekonferenzen
		<input type="checkbox"/> Fotografie
		<input type="checkbox"/> Kamera-/Tonaufnahmen
		<input type="checkbox"/> Durchführung von Interviews
		<input type="checkbox"/> Teilnahme an Redaktionskonferenzen
		<input type="checkbox"/> Bild-/Tonbearbeitung
		<input type="checkbox"/> Redigieren von Fremdbeiträgen
		<input type="checkbox"/> Verfassen von redaktionellen Beiträgen
		<input type="checkbox"/> Layout/Umbruchtätigkeit
		<input type="checkbox"/> Allgemeine Bürotätigkeit
<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar		

4.	In welchen Ressorts wurden Sie v. a. eingesetzt? Mehrfachantworten möglich.	<input type="checkbox"/> Lokales/Chronik
		<input type="checkbox"/> Politik
		<input type="checkbox"/> Wirtschaft
		<input type="checkbox"/> Kultur
		<input type="checkbox"/> Sport
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar
		<input type="checkbox"/> Es gab keine Ressorts, absolvierte das Praktikum bei einem Special-Interest-Medium

Die folgenden Fragen betreffen die Qualität und die Sinnhaftigkeit des Pflichtpraktikums.

5.	Wie beurteilen Sie den Lerngehalt des Praktikums? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr hoch“ bis 5 „sehr gering“.	(1) sehr hoch	(2)	(3)	(4)	(5) sehr gering
		<input type="checkbox"/>				

6.	Wie beurteilen Sie das Niveau der Ihnen gestellten Aufgaben? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr anspruchsvoll“ bis 5 „gar nicht anspruchsvoll“.	(1) sehr anspruchsvoll	(2)	(3)	(4)	(5) gar nicht anspruchsvoll
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7.	Wie beurteilen Sie die Arbeitsbelastung? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr hoch“ bis 5 „sehr niedrig“.	(1) sehr hoch	(2)	(3)	(4)	(5) sehr niedrig
		<input type="checkbox"/>				

8.	Hat es Nachbesprechungen mit einem Betreuer oder Kollegen über das von Ihnen Geschriebene/Produzierte gegeben?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein

9.	Welche Erfahrungen haben Sie in punkto Betreuung insgesamt im Praktikumsbetrieb gemacht? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr gut“ bis 5 „sehr schlecht“.	(1) sehr gut	(2)	(3)	(4)	(5) sehr schlecht
		<input type="checkbox"/>				

10.	Haben Sie ein Arbeitszeugnis erhalten?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein (weiter mit Frage 12)

11.	Wie waren Sie mit den im Zeugnis festgehaltenen Beurteilungen zufrieden? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr zufrieden“ bis 5 „sehr unzufrieden“.	(1) sehr zufrieden	(2)	(3)	(4)	(5) sehr unzufrieden
		<input type="checkbox"/>				

12.	Wie beurteilen Sie die Akzeptanz der Arbeitskollegen Ihnen als Praktikant gegenüber? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr hohe Akzeptanz“ bis 5 „sehr geringe Akzeptanz“.	(1) sehr hohe Akzeptanz	(2)	(3)	(4)	(5) sehr geringe Akzeptanz
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13.	Wie sinnvoll beurteilen Sie das absolvierte Praktikum insgesamt? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr sinnvoll“ bis 5 „sehr sinnlos“.	(1) sehr sinnvoll	(2)	(3)	(4)	(5) sehr sinnlos
		<input type="checkbox"/>				

Die nächste Frage bezieht sich auf das Fortbestehen des Kontaktes zur Praxis.

14.	Besteht noch Kontakt zum Praktikumsbetrieb?	<input type="checkbox"/> Kein Kontakt
		<input type="checkbox"/> Informeller Kontakt (Emails/Telefonate)
		<input type="checkbox"/> Freier Mitarbeiter
		<input type="checkbox"/> Ständig freier Mitarbeiter
		<input type="checkbox"/> Fest angestellter Mitarbeiter

Nun zu den gewonnen Einsichten in den Arbeitsprozess.

15.	Wie konnten Sie die im Studium/in der Ausbildung erworbenen Qualifikationen beim Praktikum anwenden? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr gut“ bis 5 „sehr schlecht“.	(1) sehr gut	(2)	(3)	(4)	(5) sehr schlecht
		<input type="checkbox"/>				

16.	Und wie konnten Sie die im Praktikum erworbenen Qualifikationen wiederum an der KMA anwenden? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr gut“ bis 5 „sehr schlecht“.	(1) sehr gut	(2)	(3)	(4)	(5) sehr schlecht
		<input type="checkbox"/>				

	<p>Um journalistisch arbeiten zu können, bedarf es einer ganzen Reihe von sehr unterschiedlichen Fähigkeiten/Kenntnissen. Wie wichtig schätzen Sie persönlich nach Absolvierung Ihres Praktikums folgende Fähigkeiten/Kenntnisse ein?</p> <p>Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr wichtig“ bis 5 „völlig unwichtig“.</p>	(1) sehr wichtig	(2)	(3)	(4)	(5) völlig unwichtig
17.	Fähigkeit zur Informationsbeschaffung	<input type="checkbox"/>				
	Fähigkeit zur Sachkompetenz (Ressortwissen)	<input type="checkbox"/>				
	Fähigkeit zur themengerechten Präsentation	<input type="checkbox"/>				
	Kenntnis des Medienrechts	<input type="checkbox"/>				
	Technische Fähigkeiten bei der Präsentation (Layout, Schneiden)	<input type="checkbox"/>				
	Fähigkeit, die eigenen Beiträge vermarkten zu können	<input type="checkbox"/>				
	Fähigkeit zur kritischen Reflektion der eigenen Beiträge	<input type="checkbox"/>				
	Kenntnis des Ehrenkodex	<input type="checkbox"/>				
	Fähigkeit unter Zeitdruck effizient arbeiten zu können	<input type="checkbox"/>				

18.	Hat das Praktikum Ihre persönliche Sicht auf die Wichtigkeit dieser Fähigkeiten/Kenntnisse verändert?	
	Fähigkeit zur Informationsbeschaffung	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Fähigkeit zur Sachkompetenz (Ressortwissen)	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Fähigkeit zur themengerechten Präsentation	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Kenntnis des Medienrechts	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Technische Fähigkeiten bei der Präsentation (Layout, Schneiden)	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Fähigkeit, die eigenen Beiträge vermarkten zu können	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Fähigkeit zur kritischen Reflektion der eigenen Beiträge	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Kenntnis des Ehrenkodex	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
	Fähigkeit unter Zeitdruck effizient arbeiten zu können	<input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein

19.	Wie bewerten Sie den Nutzen des Praktikums für Ihren weiteren Werdegang?	(1) sehr hoch	(2)	(3)	(4)	(5) sehr gering
	Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr hoch“ bis 5 „sehr gering“.	<input type="checkbox"/>				

In der nächsten Frage finden Sie Aussagen, in denen es darum geht, wie wichtig man verschiedene Aufgaben in seiner Tätigkeit als Journalist betrachtet.

	Wie wichtig ist Ihnen die Erfüllung dieser Aufgaben? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr wichtig“ bis 5 „völlig unwichtig“.	(1) sehr wichtig	(2)	(3)	(4)	(5) völlig unwichtig
	Als neutraler Berichtersteratter die Realität möglichst so abzubilden wie sie ist	<input type="checkbox"/>				
	Als Anwalt für die gesellschaftlich Benachteiligten einzusetzen	<input type="checkbox"/>				
	Dem Publikum Lebensberatung (Ernährung, Mode, ...) zu bieten	<input type="checkbox"/>				
20.	Ein günstiges Werbeumfeld für die Werbewirtschaft zu schaffen	<input type="checkbox"/>				
	Als Analytiker komplexe Sachverhalte sorgfältig nachzuprüfen und präzise zu analysieren	<input type="checkbox"/>				
	Als Kritiker Fehlentwicklungen in der Gesellschaft öffentlich zu machen	<input type="checkbox"/>				
	Als Kommentator zur gesellschaftlichen Meinungsbildung beizutragen	<input type="checkbox"/>				
	Dem Publikum möglichst viel Entspannung und Spaß zu bieten	<input type="checkbox"/>				
	Als Vermarkter ein Produkt möglichst gewinnbringend abzusetzen	<input type="checkbox"/>				

Die folgenden Fragen beziehen sich auf die Rechtssituation und die Bezahlung.

21.	In welcher Form waren Sie über den Praktikumsbetrieb versichert?	<input type="checkbox"/> Gar nicht
		<input type="checkbox"/> Unfallversichert
		<input type="checkbox"/> Sozialversichert
		<input type="checkbox"/> Weiß nicht

22.	Wie hoch war die monatliche Bezahlung (netto) des Praktikums?	<input type="checkbox"/> Keine Bezahlung (weiter mit Frage 25)
		<input type="checkbox"/> Bis 200 Euro
		<input type="checkbox"/> 201-400 Euro
		<input type="checkbox"/> 401-600 Euro
		<input type="checkbox"/> 601-800 Euro
		<input type="checkbox"/> Über 801 Euro

23.	Wer zahlte diesen Betrag aus?	<input type="checkbox"/> das Unternehmen
		<input type="checkbox"/> habe ein Volontariatsstipendium einer Ausbildungsinstitution erhalten
		<input type="checkbox"/> Unternehmen gemeinsam mit <input type="text"/>
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar <input type="text"/>
		<input type="checkbox"/> Weiß nicht

24.	Wie zufrieden waren Sie mit der monatlichen Bezahlung? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr zufrieden“ bis 5 „sehr unzufrieden“.	(1) sehr zufrieden	(2)	(3)	(4)	(5) sehr unzufrieden
		<input type="checkbox"/>				

25.	Welchen Betrag (netto) finden Sie für ein Praktikum in einem Medienunternehmen angemessen?	<input type="text"/> Euro pro Monat
-----	---	-------------------------------------

26.	Wie viele Stunden haben Sie durchschnittlich während Ihres Praktikums pro Woche gearbeitet?	<input type="text"/> Stunden pro Woche
-----	--	--

27.	Hatten Sie zum Zeitpunkt des Praktikums einen Nebenjob?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein (weiter mit Frage 29)

28.	Hat es Probleme hinsichtlich der Vereinbarkeit des Praktikums mit dem Nebenjob gegeben?	<input type="checkbox"/> Ja
		<input type="checkbox"/> Nein

29.	Was halten Sie von rechtlichen Rahmenbedingungen, die die Bezahlung und Ausbildungsmodalitäten von Praktika in Medienunternehmen klar regeln? Bewerten Sie bitte anhand der Skala von 1 „sehr dringend notwendig“ bis 5 „gar nicht notwendig“.	(1) sehr dringend notwendig	(2)	(3)	(4)	(5) gar nicht notwendig
		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Zum Abschluss noch einige demografische Fragen:

30.	Geschlecht?	<input type="checkbox"/> w
		<input type="checkbox"/> m

31.	Alter?	<input type="text"/> Jahre
-----	---------------	----------------------------

32.	Bildungseinrichtung?	<input type="checkbox"/> FH Joanneum (6. Semester)
		<input type="checkbox"/> FH Joanneum (8. Semester)
		<input type="checkbox"/> FH Wien
		<input type="checkbox"/> KMA
		<input type="checkbox"/> Universität Klagenfurt
		<input type="checkbox"/> Universität Salzburg
		<input type="checkbox"/> Sonstiges, und zwar <input type="text"/>

Leitfadeninterview: Repräsentanten der Bildungsinstitutionen

Beginnsituation

Sehr geehrte/r Frau/Herr ...,

mein Name ist ... und ich bin ... (Bezeichnung der Position einfügen). In dieser Position führe ich federführend im Auftrag der Abteilung Journalistik des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg und der Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung eine **Studie durch, die sich mit der Situation von Praktikanten in österreichischen Medienunternehmen beschäftigt**. Genauer gesagt, geht es um jene Praktikanten, die von ihrer einschlägigen Bildungsinstitution zu einem Praktikum verpflichtet werden.

Die Untersuchung soll dazu beitragen, die empirischen Lücken in diesem Bereich zu schließen und so neue Erkenntnisse zu gewinnen. Die Studie wird mittels folgenden Instrumenten durchgeführt: Zum einen werden die Studierenden jener einschlägigen Bildungseinrichtungen befragt, welche Praktika verpflichtend vorschreiben. Zum anderen werden die Betriebsräte und Personalentscheider der österreichischen Medienunternehmen zur Situation befragt. Die Auswertung der Praktikumsbestätigungen der Studierenden wird ebenfalls zur Analyse herangezogen. Darüber hinaus ist die Leitfaden-Befragung von Repräsentanten der einschlägigen Bildungsinstitutionen ein integraler Bestandteil der Studie. Dabei sind wir auf Ihre Unterstützung angewiesen.

Damit ich mich ganz auf unser Gespräch konzentrieren kann, wäre ich Ihnen sehr dankbar, wenn ich während des Interviews ein Tonbandgerät mitlaufen lassen dürfte. Die Aufnahme wird ausschließlich für dieses wissenschaftliche Projekt verwendet. Wenn Sie es wünschen, schicke ich Ihnen gerne eine Kopie der Interviewabschrift zu. Darf ich Ihre Aussagen namentlich zitieren oder möchten Sie anonym bleiben?

Einstiegsfrage/Aufwärmfrage

Können Sie mir kurz Ihren persönlichen wissenschaftlichen Werdegang schildern? In welchen Bereichen liegen Ihre Arbeitsschwerpunkte?

Themenblock 1 (Fragen zur Entstehungsgeschichte des Pflichtpraktikums am Institut)

- 1.1 Wie ist es zur Einführung des Pflichtpraktikums an Ihrem Institut gekommen?
- 1.2 Wer waren die Befürworterinnen u. Befürworter der Einführung, wer waren die Gegnerinnen und Gegner?
- 1.3 Was waren bei der Einführung die wesentlichen Argumente der Befürworterinnen u. Befürworter bzw. der Gegnerinnen u. Gegner?
- 1.4 Wie beurteilen Sie das verpflichtende Praktikum für Studierende aus Ihrer Sicht?

Themenblock 2 (Fragen zu Zielen u. zur Einbindung des Praktikums in den Lehrplan)

- 2.1 Welche Ziele werden von Seiten des Instituts mit dem Pflichtpraktikum verfolgt?
- 2.2 Welche Ziele hat man von Seiten des Instituts mit dem Pflichtpraktikum erreicht?
- 2.3 Inwiefern werden die Pflichtpraktika – z.B. durch spezielle Vorbereitungslehreveranstaltungen oder Reflektionsseminare – in den Lehrplan integriert?

- 2.4 Welche Vorgaben gibt es für die Studierenden? Bei welchen Unternehmen können sie das Praktikum absolvieren?
- 2.5 Gibt es Veränderungen, die Sie – die Einbindung des Praktikums in den Lehrplan betreffend – als notwendig betrachten? Wenn ja, welche?

Themenblock 3 (Fragen zur Zusammenarbeit mit den Praktikumsbetrieben)

- 3.1 Gibt es eine Zusammenarbeit des Instituts mit den Praktikumsbetrieben?
Wenn es eine gibt (3.1.1 u. 3.1.2 u. 3.1.3 entfallen, wenn es keine gibt):
- 3.1.1 Mit welchen Betrieben gibt es eine Zusammenarbeit?
- 3.1.2 Wie ist diese zustande gekommen?
- 3.1.3 Wie sieht diese genau aus (z.B. Abkommen, dass pro Jahr eine gewisse Anzahl ihr Praktikum im Betrieb machen kann)?
Wenn es keine gibt (3.1.4 u. 3.1.5 entfallen, wenn es eine gibt):
- 3.1.4 Warum nicht?
- 3.1.5 Inwiefern ist eine Kooperation aus Ihrer Sicht erstrebenswert?
- 3.2 Inwiefern unterstützt das Institut die Studierenden (z.B. spezieller Koordinator als Anlaufstelle, Liste mit möglichen Praktikumsbetrieben auf der Institutshomepage, ...) bei der Praktikumsuche?
- 3.3 Gibt es Veränderungen die Sie – die Zusammenarbeit mit den Praktikumsbetrieben betreffend – als notwendig betrachten? Wenn ja, welche?

Themenblock 4 (Fragen zum Informationsstand u. zur Bewertung der Praktikumsituation)

- 4.1 In welcher Form müssen die Studierenden die Absolvierung des Praktikums nachweisen (z.B. Praktikumsbestätigung)?
Wenn eine Bestätigung erforderlich ist (wenn überhaupt keine Bestätigung erforderlich ist, entfallen die Fragen 4.1.1 u. 4.1.1.1):
- 4.1.1 Werden diese Praktikumsbestätigungen analysiert (z.B. Tätigkeitsfelder)?
Wenn ja:
- 4.1.1.1 Welche Entwicklungen lassen sich aus dieser Analyse ableiten?
- 4.2 In welcher Form liegen abseits der Praktikums-Bestätigungen (wenn es denn welche gibt; vgl. Frage 4.1) Rückmeldungen von den Studierenden vor? Über welche Erfahrungen können Sie berichten?
- 4.3 Welche Forderungen – das Pflichtpraktikum betreffend (Dauer des Praktikums, ...) – kommen aus der journalistischen Praxis?
- 4.4 Was halten Sie von rechtlichen Rahmenbedingungen (in finanzieller Hinsicht, ...) bei Praktika?
- 4.5 Von welchen Merkmalen (z.B. Zuweisung von Betreuern, Möglichkeit zur Teilnahme an Bildungsveranstaltungen, ...) muss ein Praktikum geprägt sein, damit das Praktikum als Qualifizierungsmaßnahme und nicht als Substitution von Arbeitsplätzen gekennzeichnet werden kann?

Interviewende

Möchten Sie am Ende unseres Gespräches noch etwas anmerken, das Ihnen wichtig erscheint und das wir bislang nicht angesprochen haben?

Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vergleich Medienbereiche – Studierenden- und Betriebsumfrage	8
Abbildung 2: Einsatz in verschiedenen Ressorts.....	10
Abbildung 3: Subjektiv empfundener Lerngehalt des Praktikums...	12
Abbildung 4: Nutzen des Praktikums für den weiteren Werdegang	13
Abbildung 5: Zufriedenheit mit der Bezahlung des Praktikums	19
Abbildung 6: Medienbereiche nach Praktikumsbestätigungen.....	23
Abbildung 7: Vergleich Medienverteilung Praktikanten/ Journalistengewerkschaft	23
Abbildung 8: Tätigkeitsfelder gemäß Praktikumsbestätigung	24
Abbildung 9: Praktikanten- im Verhältnis zu Angestelltenzahlen....	29
Abbildung 10: Nutzen der Praktikanten für die Unternehmen.....	31
Abbildung 11: Berufseinstiegsmodell – Praktikum vs. Freie Mitarbeit	32
Abbildung 12: "Praktika als Strategie zur Arbeitskostensenkung"..	33
Abbildung 13: Auswirkungen der Praktika auf den Arbeitsmarkt...	34
Abbildung 14: Einführung der Praktikanten in Rechtsgrundlagen ..	37
Abbildung 15: Versicherungsstatus der Praktikanten.....	37
Abbildung 16: Bezahlung der Praktikanten	38
Abbildung 17: Sozialversicherung und Bezahlung nach Mediengruppen.....	39

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Rücklauf der Studierendenbefragung.....	7
Tabelle 2: Tätigkeiten während des Praktikums	10
Tabelle 3: Beurteilung der Praktika nach Medium	11
Tabelle 4: Einsichten/ Bewertungsveränderungen durch praktischen Journalismus.....	15
Tabelle 5: Journalistisches Rollenverständnis der Praktikanten.....	17
Tabelle 6: Bezahlung in Medienbereichen	18
Tabelle 7: Tätigkeitsfelder nach Medienbereichen.....	25
Tabelle 8: Befragte Unternehmen	28
Tabelle 9: Position der Gesprächspartner	28
Tabelle 10: Einsatz in mehreren Ressorts.....	30
Tabelle 11: Ressort-Einsatzbereich der Praktikanten.....	30
Tabelle 12: Betreuung von Praktikanten durch Chefredaktion/ Ressortleitung.....	36
Tabelle 13: Übersicht Pflichtpraktika	42

Inhalt

DAS WESENTLICHE AUF EINEN BLICK	2
DIE PROBLEMLAGE	3
DIE ERFAHRUNGEN IM PRAKTIKUM	6
ZUR ERHEBUNGSMETHODE.....	6
WO UND WIE MAN PRAKTIZIERT.....	8
SUBJEKTIVE QUALITÄTS- UND SINNBEURTEILUNG.....	11
GEWONNENE EINSICHTEN UND ROLLENVERSTÄNDNIS	13
DIE HONORIERUNG DER PRAKTIKANTENARBEIT	17
ANALYSE DER PRAKTIKUMS–BESTÄTIGUNGEN.....	21
WAS MACHEN DIE PRAKTIKANTEN?.....	24
DIE MEDIENBETRIEBE UND DIE PRAKTIKANTEN.....	26
ZUR ERHEBUNGSMETHODE.....	26
ECKDATEN DES PRAKTIKUMEINSATZES	28
„PRAKTIKA SIND...“: SINNHAFTHKEIT UND NÜTZLICHKEIT	31
WAS DIE BETRIEBE DEN PRAKTIKANTEN BIETEN	35
WERT DER PRAKTIKA FÜR DIE AUSBILDUNG	40
BEFRAGUNG VON REPRÄSENTANTEN DER BILDUNGSINSTITUTIONEN.....	40
EINBINDUNG DES PRAKTIKUMS IN DEN LEHRPLAN	43
ZUSAMMENARBEIT MIT PRAKTIKUMSBETRIEBEN.....	44
BEWERTUNG DER PRAKTIKA	45
BEURTEILUNG ARBEITSRECHTLICHER RAHMENBEDINGUNGEN.....	46
BEWERTUNG DER ZUSAMMENARBEIT MIT PRAKTIKUMSBETRIEBEN	47
FAZIT UND BEWERTUNG.....	48
ANHANG	51
LITERATURVERZEICHNIS.....	52
FRAGEBOGEN MEDIENUNTERNEHMEN.....	54
FRAGEBOGEN STUDIERENDE	61
LEITFADENINTERVIEW: REPRÄSENTANTEN DER BILDUNGSINSTITUTIONEN ..	71
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	73
TABELLENVERZEICHNIS.....	74
INHALT	75

AUFNAHMEANTRAG

bzw. Antrag Ausstellung eines Presseausweises

Mitglieds-Nr.

PA

Vor- und Zuname

PLZ, Ort, Straße

Telefon-Nr.

e-mail

Geburtsdatum

Geburtsort

Geburtsland

Staatsbürgerschaft

- Ich bin bei folgendem Medium journalistisch tätig und angestellt.
- Ich bin bei folgendem Medium selbstständig/freiberuflich journalistisch tätig.
- Ich bin ständig und nicht bloß in wirtschaftlich unbedeutender Nebenbeschäftigung als freie/r Journalist/in bei folgendem/n Medium/en tätig.

Arbeitgeber/
Auftraggeber

Adresse

Einsatzbereich/
Medium

Adresse

Das Mindesteinkommen muss bei Angestellten dem Tarifgehalt eines Redakteursaspiranten (im ersten Dienstjahr) in dem für das Unternehmen gültigen Kollektivvertrag entsprechen, bei freien JournalistInnen 60 % davon (mindestens EUR 1.050,- monatlich).

Mein Monatseinkommen beträgt:

EUR

Datum:

Unterschrift des/r Antragstellers/in

Ich war/bin bereits Mitglied der folgenden Gewerkschaft des ÖGB:

Jahr:

Gewerkschaft:

Sektion bzw. Fachgruppe:

Bitte versehen Sie diesen Antrag mit folgenden Beilagen:

1. **Arbeitsbestätigung** (Bestätigung seit wann journalistische Tätigkeit vorliegt und Funktion) entweder des Dienstgebers oder des Chefredakteurs bzw. dessen Stellvertreters oder des Redaktions- bzw. gewerkschaftlichen Vertrauensmannes und datierte Artikel, Zeitungsausschnitte, Pressefotos, Funkmanuskripte, Videokassetten nicht älter als sechs Monate bei Einreichung
2. **Einkommensbestätigung** (entweder zusätzlich zur Arbeitsbestätigung oder eingeschlossen in die Arbeitsbestätigung; Durchschnittseinkommen **der letzten sechs Monate** bei freien Journalisten) entweder des Arbeitgebers oder des Chefredakteurs bzw. dessen Stellvertreters

oder des Redaktions- bzw. gewerkschaftlichen Vertrauensmannes

Bei freien Journalisten: datierte Unterlagen über Honorarauszahlungen, Steuererklärungen (mit Stempel des Steuerberaters), Bankauszüge oder sonstige geeignete Nachweise; nicht älter als sechs Monate.

3. Bei freien Pressefotografen: **Gewerbeschein**

An das Kuratorium für Presseausweise, Alfred-Dallinger-Platz 1, 1034 Wien

Ich beantrage die **Ausstellung eines Presseausweises** über die Mitgliedschaft bei der Sektion Journalisten auf Grundlage der umseitig gemachten Angaben.

Ich bin in der folgenden Funktion journalistisch tätig:

- | | | | |
|--|--|--|------------------|
| <input type="checkbox"/> ChefredakteurIn | <input type="checkbox"/> BildredakteurIn | <input type="checkbox"/> RegisseurIn | in ständiger |
| <input type="checkbox"/> ChefredakteurIn-Stellv. | <input type="checkbox"/> selbständig tätige(r) | <input type="checkbox"/> Kameramann | journalistischer |
| <input type="checkbox"/> Chefin vom Dienst | PressefotografIn | <input type="checkbox"/> GrafikerIn | Tätigkeit |
| <input type="checkbox"/> Leitende(r) RedakteurIn | <input type="checkbox"/> RedakteursaspirantIn | <input type="checkbox"/> PressereferentIn | |
| <input type="checkbox"/> RessortleiterIn | <input type="checkbox"/> journ. tätige(r) | <input type="checkbox"/> techn. RedakteurIn/LayouterIn | |
| <input type="checkbox"/> (AbteilungsleiterIn) | RedaktionssekretärIn | <input type="checkbox"/> ReporterIn | |
| <input type="checkbox"/> RedakteurIn | <input type="checkbox"/> freie(r) journ. | <input type="checkbox"/> FotoreporterIn | |
| <input type="checkbox"/> Online-RedakteurIn | MitarbeiterIn | <input type="checkbox"/> sonstig: _____ | |

Ich verpflichte mich, im Falle einer Genehmigung des von mir beantragten Ausweises diesen **unverzüglich** an das Kuratorium zurückzustellen, wenn die in diesem Antrag von mir angegebenen Voraussetzungen **nicht mehr zutreffen**.

Ich bin mit der EDV-mäßigen Verarbeitung meiner Daten für interne Zwecke einverstanden.

Ich beantrage ein Autopresseschild (EUR 15,--)

Folgende Unterlagen werden zusätzlich benötigt:

- (1) Passbild (35x45 mm)
- (2) Kopie des Staatsbürgerschaftsnachweises oder des Reisepasses
- (3) Strafregisterauszug nicht älter als 3 Monate

Datum

Unterschrift des/r Antragstellers/in

**Undeutlich oder unvollständig ausgefüllte Anträge können nicht behandelt werden.
Auf die Erteilung eines Presseausweises besteht kein Rechtsanspruch.**

Entscheidung des Kuratoriums für Presseausweise:

- Antrag angenommen Antrag angenommen vorbehaltlich _____
 Antrag abgelehnt, weil _____ Datum: _____

AnsprechpartnerInnen in der Journalistengewerkschaft GPA-DJP

Franz C. Bauer Trend (Vorsitzender) 01/534703412

Fritz Wendl ORF (Vorsitzender stv.) 01/50101-18549

GPA-DJP Presseausweise: Werner Koppatz, 05 0301-21295

Regionale Ansprechpartner/innen

WIEN

Marcus Gordisch, 05 0301-21256

Ronald Rauch, 05 0301-21481

NIEDERÖSTERREICH

Alfred Wiltschek, 05 0301-22732

BURGENLAND

Mag. Elisabeth Hirschler, 05 0301-23050

STEIERMARK

Günter Gruber, 0316/707-212

KÄRNTEN

Richard Starz, 05 0301-25389

OBERÖSTERREICH UND SALZBURG

Jürgen Handlbauer, 05 0301-27022

TIROL

Richard Nedl, 05 0301-28106

VORARLBERG

Pia Helbock, 05 0301-29013

GPA-DJP STUDENT/INNEN

Katrin Niedermoser 05 0301-61361

Robert Strayhammer 05 0301-61510

Es gibt vieles,
für das es sich lohnt,
organisiert zu sein.

