



Medienkarrieren im Umbruch

Arbeitsbedingungen und Berufserwartungen von Journalistinnen und Journalisten

Roman Hummel und Susanne Kirchhoff
unter Mitarbeit von Thomas Hauzeneder,
Dimitri Prandner und Simone Stecher

Finanziert durch KommAustria und GESPU unterstützt von GPA-djp

GESPU
Gesellschaft für Publizistik und Medienforschung
(Verein für Journalistenausbildung)

GPA **djp**
DIE JOURNALISTENGEWERKSCHAFT

Problembereich

Der Journalismus hat in den letzten zwanzig Jahren erhebliche Umgestaltungen erfahren. Das betrifft vor allem die Arbeitsverhältnisse – wo ein dramatischer Anstieg der Freien zu beobachten ist –, aber auch die Zunahme von Frauen bei den jüngeren Kohorten im Journalismus, technologisch veränderte Produktionsbedingungen und einen vor dem Hintergrund des Arbeitsmarktes weit überproportionalen Zustrom junger Leute zu diesem Beruf. Dazu kommt eine wachsende Ökonomisierung des Medienbereichs, welche die Grenze zwischen klassischem Nachrichten-Journalismus und PR-Mischformen (»Corporate Publishing«) verschwimmen lässt. Die Karriereverläufe sind also schon längst nicht mehr linear.

Vor diesem Hintergrund interessierten hier vor allem folgende Bereiche:

- a) Berufszugang und Arbeitsbedingungen;
- b) Persönlicher Hintergrund;
- c) Selbstverständnis und Rollenbild;
- d) Gratifikationen;
- e) Erwartungen an die eigene Karriere.

Dank gilt allen Respondenten und Auskunftspersonen sowie natürlich den Fördergebern.

Vorgangsweise

Quantitative Teilstudie:

Der Fragebogen wurde als Selbstausfüller Mitte Jänner 2010 von der GPA-djp an die journalistisch tätigen Mitglieder mit Retourkuvert versandt. Bis Mitte Februar langten 348 verwertbare Fragebögen ein (13,6% Rücklauf).

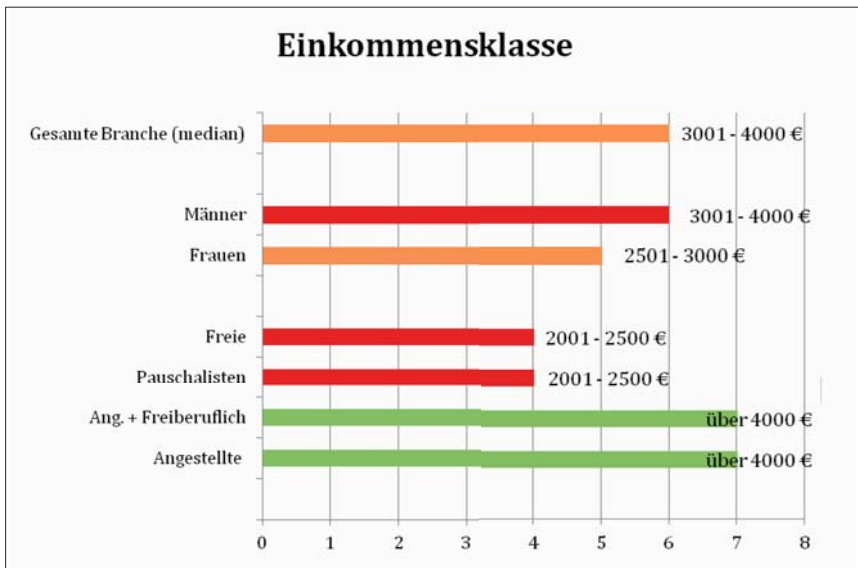
Der Anteil der Frauen und Männer im Sample entspricht mit rund 37% bzw. 63% einer vorliegenden Vollerhebung der journalistischen Gewerkschaftsmitglieder aus dem Jahr 2008. Gleiches gilt für die Regionalverteilung.

Qualitative Teilstudie:

Mithilfe von Leitfadeninterviews wurden 53 nach einem Schneeballverfahren ausgewählte Journalisten zu Karriereverläufen, Rollen- und Selbstbild sowie Motivationen und Gratifikationen im Beruf befragt. Damit liegt für Österreich erstmalig eine qualitative

Untersuchung über Karrierestrategien, Werdegang und Berufsvorstellungen von Journalistinnen und Journalisten vor.

Zusammenfassung der Ergebnisse



- **Allgemeine Strukturdaten:** Die quantitative Befragung zeigt einen zu rund zwei Drittel männlich dominierten Beruf, in dem sich – vergleicht man mit früheren Erhebungen – der Frauenanteil langsam erhöht. Die Durchschnittsgehälter sind rund doppelt so hoch wie für den Durchschnitt der unselbständig Erwerbstätigen Österreichs.¹ Frauen, Freiberufler und Pauschalisten sowie Personen außerhalb der klassischen journalistischen Kollektivverträge verdienen allerdings erheblich weniger (siehe Grafik). Nach wie vor arbeitet die Mehrheit in Printmedien.
- **Berufseinstieg:** Volontariate und freie Mitarbeit sind der Königsweg in den Journalismus. In rückblickenden Erzählungen über den eigenen Werdegang spielt die persönliche Neigung eine wichtige Rolle. Das erste Praktikum oder die erste freie Mitarbeit kommt häufig über persönliche Beziehungen/Netzwerke zustande.

¹ vgl. http://www.statistik.at/web_de/statistiken/soziales/personen-einkommen/jaehrliche_personen_einkommen/020054.html [15.12.2010]

Eine spezifische Journalistenausbildung oder eine auf spezifisches Ressortwissen abstellende Ausbildung wird für eher unwichtig gehalten. Bildung wird vor allem in Hinblick auf ihre Funktionalität für die Anforderungen des Berufsalltags bewertet. Dementsprechend haben praktische Erfahrungen im Sinn von Volontariaten, Praktika oder auch Fachkursen einen hohen Stellenwert. Der Vorteil eines Studiums wird vor allem in Allgemeinbildung gesehen, ein formeller Abschluss würde gemäß der hauptsächlich vertretenen Meinung für die Karriere weder schaden noch nützen.

»Bildung? Im Sinne von Allgemeinbildung ja, Universitätsabschluss nein, Matura nein, es kommt darauf an, dass du dich auskennst, natürlich.« (34jähriger festangestellter Mitarbeiter einer Tageszeitung)

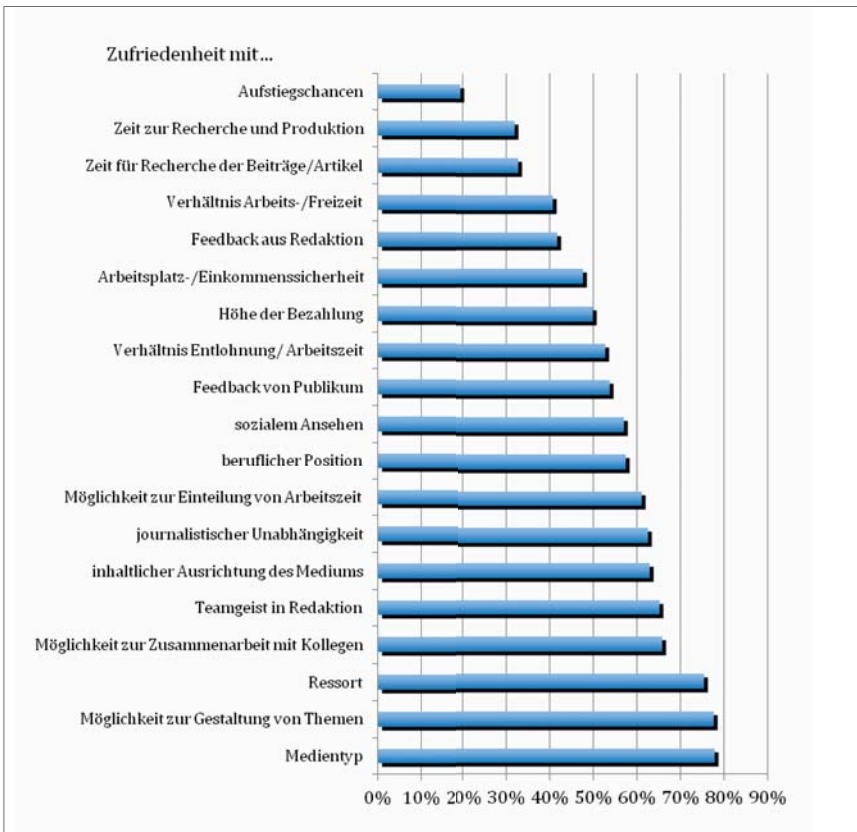
»Also ein Ruf in der Branche ist schon gut. ... weil viel durch Empfehlung passiert ... von Chefredakteur zu Chefredakteur spricht man natürlich... Aber auch was Führungspositionen betrifft, da wird man ganz einfach weiterempfohlen.« (43jährige festangestellte Mitarbeiterin einer Zeitschrift)

- **Karrierestrategien und -ziele:** Besonders wichtig auf allen Stufen journalistischer Karrieren sind die persönlichen und beruflichen Netzwerke. Sie helfen dabei, Praktikumsplätze und erste Aufträge zu bekommen und ermöglichen später Jobwechsel und Beförderungen. Für freie Mitarbeiter sind Netzwerke ein wichtiges Mittel, um Aufträge zu erhalten.

Exklusivgeschichten und wachsende Reputation befördern nach Ansicht vieler Befragter die eigenen Karrierechancen, während dies für besonderen Einsatz für Unternehmen oder Kollegenschaft (Wochenenddienste, Betriebsrätstätigkeit) eher nicht gilt.

- **Rollenbild und Selbstverständnis:** In Übereinstimmung mit anderen repräsentativen Journalisten-Studien sehen sich die Befragten in beiden Untersuchungsteilen größtenteils in der Rolle des neutralen Informationsvermittlers, der komplexe Sachverhalte ausgewogen und in angemessener Form für sein Publikum aufbereitet und dabei eine kritische Distanz zur Macht wahr, in Widerspruch dazu gleichzeitig aber auch »Kritik an Missständen« übt und sich für Benachteiligte einsetzt. Kriterien für journalistische Qualität sind dementsprechend Unabhängigkeit, die Fähigkeit, Dinge zu hinterfragen, außerdem eine gute Schreibe, Neugier und eine Kombination aus

Generalisten- und Spezialistentum. Die starke Fokussierung auf Informationsvermittlung bedeutet jedoch nicht, dass andere Erwartungen an die Berufsrolle passé wären. Tatsächlich spielen unter anderem die Arbeitsmotivation und die Gratifikationen im Beruf eine nicht zu unterschätzende Rolle.



- Berufszufriedenheit und Gratifikationen:** Die Befragten gaben mehrheitlich an, mit ihrer beruflichen Situation zufrieden zu sein. Dies hat vor allem eine Grundlage in der selbständigen Arbeitsgestaltung (Themenwahl, Arbeitseinteilung), der Unabhängigkeit sowie mit dem wahrgenommenen eigenen gesellschaftlichen Ansehen. Auch der Grad der Identifikation mit dem eigenen Medium ist grundsätzlich hoch: Mitarbeiter von Qualitätsmedien verweisen vor allem auf das Renommee

ihres Mediums. Für Journalisten, die für Boulevardmedien arbeiten, spielen Erfolg des Mediums, Stolz auf das eigene Produkt, handwerkliche Exzellenz im Rahmen des jeweiligen Genres und das Gefühl, in einem guten Team zu arbeiten, eine entscheidende Rolle. Das Gefühl, Dinge verändern zu können, Kontakt zu vielen, auch wichtigen Menschen zu haben und soziale Anerkennung aus dem persönlichen Umfeld wie von Außenstehenden (Renommee des Berufsstands) werden ebenso genannt.

»Also ich mein, nicht dass ich es umsonst machen will, aber Geld ist nicht das wichtigste für mich, [sondern] dass ich merke, dass ich mit meinen Geschichten was bewegen kann..«
(43jährige freie Tageszeitungsmitarbeiterin)

Geld ist zwar nicht das zentrale Element der Berufsmotivation, dennoch ist gute Bezahlung den Befragten wichtig – auch als Form der Leistungsanerkennung. Mehr als zwei Fünftel der Respondenten der quantitativen Studie denken nicht über einen Arbeitsplatzwechsel nach. Jene, die nach Veränderung streben, erhoffen vor allem bessere Bezahlung sowie interessantere Tätigkeitsfelder. Aber die Arbeitsplatzwechsel werden häufiger: Die unter 35jährigen haben in ihrer jetzigen Berufslaufbahn durchschnittlich bereits ebenso viele Stationen durchlaufen (rd. 2) wie jene, die bereits zehn oder zwanzig Jahre länger arbeiten.

Die finanzielle Situation – insbesondere der Neueinsteiger – wird als eher schwierig eingeschätzt. Der Zulauf zum Journalistenberuf – wie auch der zu akademischen und nicht akademischen berufsnahen Ausbildungen – ist aber trotz des stagnierenden Arbeitsmarktes steigend. (Vermutlich sind die erwähnten außerökonomischen Gratifikationen für den Berufswunsch wesentlich.)

»Das sind so unausgesprochene im Raum stehende Vorgaben, was mir zutiefst widerstrebt, aber letztendlich beug ich mich dem, was der Sender vorgibt. ... Das betrifft die Landesregierung, das betrifft [einen Energiekonzern], einzelne Mitglieder aus der Landesregierung, ein [Handelsunternehmen]. Ja, das sind so Dinge, das taugt mir nicht, aber es ist so.« (36jährige festangestellte Journalistin beim Privatradio)

- **Ökonomischer Druck als Herausforderung des Journalismus:** Technologischer und ökonomischer Wandel verändern das journalistische Feld seit 15 Jahren massiv. Für die Befragten stellt sich dieses Problem in dreifacher Weise dar:
 - a) in Form von fehlender angemessener Bezahlung und damit einhergehenden Unsicherheiten in der persönlichen Lebenssituation (eine Abschaffung von Journalistenkollektivverträgen – auch bei höherer Bezahlung – wird mehrheitlich abgelehnt);
 - b) als starker Arbeitsdruck durch Stellenkürzungen, der ein erhebliches Risiko für Qualität darstelle und
 - c) als Anfälligkeit für Einflüsse von außen. (Direkte Einflussnahme aus Politik und Wirtschaft werden zwar verneint. Bei der Frage nach den unausgesprochenen Regeln in den Redaktionen wird aber doch häufig erzählt, dass bestimmte Anzeigenkunden besser nicht kritisiert werden sollten.)

Team/Kontakt

- **Univ. Prof. Dr. Roman Hummel**, Professur und Abteilungsleitung »Journalistik« am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg – Projektleitung
- **Dr. Susanne Kirchhoff**, Postdoc am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg
- **Mag. Dimitri Prandner**, wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg
- **Mag. Thomas Hauzeneder**, Absolvent des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.
- **Mag. Simone Stecher**, Absolventin des Fachbereichs Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg.

AnsprechpartnerInnen der JournalistInnengewerkschaft in der GPA-djp

Mag. Franz C. Bauer – Vorsitzender WB 25 Medien/JournalistInnen, Redakteur bei Trend, profil
Tel. 01/53 47 03 412, eMail: fcbauer@gmail.com

Fritz Wendl – Vorsitzender WB 26 ORF und Töchter, Redakteursprecher ORF
Tel. 01/50 101-18549, eMail: fritz.wendl@orf.at

Mag.ª Judith Reitstätter – GPA-djp
Tel. 05 0301-21349, eMail: judith.reitstaetter@gpa-djp.at

Bernd Kulterer – GPA-djp
Tel. 05 0301-21271, eMail: bernd.kulterer@gpa-djp.at

Werner Koppatz – GPA-djp Presseausweis
Tel. 05 0301-21295, eMail: werner.koppatz@gpa-djp.at

Regionale AnsprechpartnerInnen in der GPA-djp

Wien	Ronald Rauch 05 0301-21481 ronald.rauch@gpa-djp.at	Edgar Wolf 05 0301-21379 edgar.wolf@gpa-djp.at
Niederösterreich	Alfred Wiltschek 05 0301-22732 alfred.wiltschek@gpa-djp.at	
Burgenland	Mag.ª Elisabeth Hirschler 05 0301-23050 elisabeth.hirschler@gpa-djp.at	
Steiermark	Günther Gruber 0316/7071-212 guenther.gruber@oegb.at	Andreas Katzinger 05 0301-24260 andreas.katzinger@gpa-djp.at
Kärnten	Günther Muhrer 05 0301-25435 guenther.muhrer@gpa-djp.at	
Oberösterreich und Salzburg	Jürgen Handlbauer 05 0301-27022 juergen.handlbauer@gpa-djp.at	
Tirol	Harald Schweighofer 05 0301-28110 harald.schweighofer@gpa-djp.at	
Vorarlberg	Bernhard Heinzle 05 0301-29010 bernhard.heinzle@gpa-djp.at	Marcel Gilly 05 0301-29014 marcel.gilly@gpa-djp.at

www.gpa-djp.at