

Beruf und Beschäftigung von AbsolventInnen geistes- und kulturwissenschaftlicher Hochschulausbildungen am Beispiel »Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft« – Trends und Entwicklungen

Kurzdossier »Jobchancen Studium« (56): www.ams.at/jcs

1 Einleitung

Die Umsetzung einer leistungsstarken Bildungs- und Berufsberatung für alle Bevölkerungsgruppen in Österreich stellt eine der zentralen Aufgaben des AMS und seiner BerufsInfoZentren (BIZ) dar. Dies schließt im Besonderen auch SchülerInnen und MaturantInnen, grundsätzlich an einer hochschulischen Aus- und / oder Weiterbildung interessierte Personen genauso wie die am Arbeitsmarkt quantitativ stark wachsende Gruppe der HochschulabsolventInnen¹ mit ein. Sowohl im Rahmen des Projektes »Jobchancen Studium«² als auch im Rahmen des AMS-Berufslexikons³ leistet hier die Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation / ABI des AMS Österreich eine laufende Informationstätigkeit, die sich sowohl an MultiplikatorInnen bzw. ExpertInnen als auch direkt an die Ratsuchenden selbst wendet. Das vorliegende AMS info erläutert einige wichtige Trends und Entwicklungen im Hinblick auf Beruf und Beschäftigung von AbsolventInnen geistes- und kulturwissenschaftlicher Hochschulausbildungen am Beispiel

»Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft«⁴ und gibt darüber hinaus Infos zu einschlägigen weiterführenden Quellen im Hinblick auf Studium, Arbeitsmarkt und Beruf.

2 Strukturwandel: Wissensgesellschaft/Akademisierung und Technologisierung/Digitalisierung/Ökologisierung

In der Arbeits- und Berufswelt ist ein lang anhaltender Strukturwandel hin zu einer Wissensgesellschaft zu beobachten, die sich durch Technologie, Forschung und Innovation auszeichnet, wobei zwei Dimensionen besonders hervorzuheben sind, nämlich jene der Digitalisierung (einschließlich der zunehmenden Etablierung von digital unterstützten Modellen der Arbeitsorganisation und Berufsausübung, wie z. B. Remote Work, Home Office usw.⁵ sowie jene der Ökologisierung der Wirtschaft, welche durch Bezeichnungen wie »Green Economy«, »Green Jobs«, »Green Skills« oder »Green Transition« geprägt wird.⁶

Als ein zentraler bildungspolitischer Schlüsselbegriff der für diesen Wandel notwendigen Qualifikationen wird häufig der Begriff MINT genannt. Darunter sind die Ausbildungsfelder »Mathematik«, »Informatik«, »Naturwissenschaften« und »Technik« zu verstehen. Das Vorhandensein und die Verfügbarkeit von MINT-Kompetenzen werden als essenziell angesehen,

1 So konstatiert die aktuelle »Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich bis 2028« des WIFO im Auftrag des AMS Österreich den anhaltenden Trend zur Akademisierung der Berufswelt mit folgenden Worten: »Eine stark positive Beschäftigungsdynamik ist in Tätigkeiten auf akademischem Niveau, v. a. in technischen und naturwissenschaftlichen sowie sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Berufen, mit jährlichen Wachstumsraten von jeweils zumindest 2,1 Prozent pro Jahr zu beobachten. Vgl. Horvath, Thomas/Huber, Peter/Huemer, Ulrike/Mahringer, Helmut/Piribauer, Philipp/Sommer, Mark/Weingärtner, Stefan (2022): AMS report 170: Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich bis 2028 – Berufliche und sektorale Veränderungen im Überblick der Periode von 2021 bis 2028. Wien. Seite 24ff. Internet: www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=14009.

2 Hier werden u. a. regelmäßig in Kooperation mit dem Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) 13 detaillierte BerufsInfoBroschüren erstellt, die das komplette Spektrum des Arbeitsmarktes für HochschulabsolventInnen (Universitäten, Fachhochschulen, Pädagogische Hochschulen, Privatuniversitäten) abdecken und dabei im Besonderen auf die verschiedenen Aspekte rund um Tätigkeitsprofile, Beschäftigungsmöglichkeiten, Berufsanforderungen sowie Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten eingehen. Der rasche Download-Zugang zu allen Broschüren ist unter www.ams.at/jcs bzw. www.ams.at/broschueren möglich. Die Überblicksbroschüre »Beruf und Beschäftigung nach Abschluss einer Hochschule (UNI, FH, PH) – Überblicksbroschüre über Arbeitsmarktsituation von HochschulabsolventInnen« ist zusätzlich auch im Printformat in allen BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS erhältlich (Standortverzeichnis: www.ams.at/biz).

3 Siehe hierzu www.ams.at/berufslexikon (Abschnitt UNI / FH / PH).

4 Ausführliche Infos zum gesamten Studienrichtungsangebot, darunter z. B. Publizistik und Kommunikationswissenschaft, Medien und Kommunikationswissenschaft an den Universitäten Wien, Salzburg und Klagenfurt, an österreichischen Hochschulen bieten z. B. die Websites www.studienwahl.at und www.studiversum.at des BMBWF oder die Website www.studienplattform.at der Österreichischen HochschülerInnenschaft (ÖH).

5 Die Fähigkeit, mithilfe digitaler Technologien bzw. Techniken (Computer, Internet/Mobiles Internet, Social Media, Nutzung diverser digitaler Tools usw.) sein privates wie soziales und berufliches Leben zu gestalten, bedarf profunder informationstechnologischer wie auch medienbezogener Kenntnisse (Digital Skills, Medienkompetenzen). Österreich hat dazu u. a. die Initiative »Digital Austria« ins Leben gerufen. Internet: www.digitalaustria.gv.at.

6 Grundsätzlich zum Wandel in der Arbeits- und Berufswelt vgl. z. B. Bock-Schappelwein, Julia / Egger, Andrea (2023): Arbeitsmarkt und Beruf 2030 – Rückschlüsse für Österreich (= AMS report 173). Wien. Internet: www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=14035.

um z.B. an Produktivitätsgewinnen in den Hightech-Sektoren teilhaben und um generell mit dem globalen technologischen Fortschritt, der sich sowohl über die industriellen als auch Dienstleistungssektoren erstreckt, mithalten zu können.⁷

Grundsätzlich ist auch in Österreich eine deutliche Ausweitung der Beschäftigung auf akademischem Niveau, so vor allem in technischen bzw. naturwissenschaftlichen sowie sozial- und wirtschaftswissenschaftlichen Berufen und hochqualifizierten Gesundheitsberufen, zu erwarten. Hervorzuheben bleibt, dass hier MINT-Berufe die Spitzenreiter darstellen, und zwar mit bis zu vier Prozent Beschäftigungswachstum pro Jahr bis 2028 für die Gruppe der »Akademischen und verwandten IKT-Berufe«.⁸

3 Grundlegende berufliche Aufgaben in der Publizistik und Kommunikationswissenschaft

Die AbsolventInnen einschlägiger Ausbildungen befassen sich mit Aspekten der menschlichen Kommunikation (face-to-face oder über Medien) sowie deren Formen (verbale und non-verbale Kommunikation). Zum Beispiel geht es um die Frage, wie die menschliche Kommunikation funktioniert und welchen Regeln sie folgt.

In Bezug auf die Kommunikationswissenschaft befassen sich AbsolventInnen auch mit der Rolle der Massenmedien in der Gesellschaft und ihrer Wirkung auf die Öffentlichkeit, so z.B. mit den Auswirkungen der Berichterstattung über Parteien auf das Wahlverhalten. Hier sind auch Datenerhebungen und Datenauswertungen von Bedeutung. Wichtig sind dabei Kenntnisse in Bezug auf Statistik- und Analysesoftware. In der Kommunikationsbranche und Medienwelt sind zunehmend interkulturelle Kompetenzen gefragt, daher können Auslandssemester belegen, dass sich BewerberInnen um Jobs im Umfeld einer fremden Kultur gut zurechtfinden können. AbsolventInnen können sich z.B. auf die Untersuchung des Medienkonsums verschiedener Bevölkerungsschichten spezialisieren. Zur Vorbereitung auf die Berufsausübung vermittelt das Bachelorstudium auch grundlegende Kenntnisse im Hinblick auf Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations), Multimedia-Journalismus, Medienökonomie und Marktforschung sowie berufstypische technische Fertigkeiten.

Fachleute aus der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft sind u.a. ExpertInnen für das Gestalten von Medienbeiträgen. Im Beruf müssen sie mit Einzelpersonen oder Personengruppen kommunizieren. Dabei sind Empathievermögen und Objektivität (Vorurteilsfreiheit), manchmal jedoch auch ein gewisses Maß an Überzeugungs- oder gar Durchsetzungsfähigkeit erforderlich. Sie müssen ihren Arbeitstag gut durchorganisieren. Für viele Tätigkeiten (Recherchen, Interviews, Fachtagungen) sind sehr gute Englischkenntnisse erforderlich.

Der Einstieg in die Medienbranche verläuft in den meisten Fällen über ein Praktikum oder ein Volontariat. Ein Pflichtpraktikum ist ein verpflichtender Bestandteil eines Studiums. Eine Volontärin bzw. ein Volontär arbeitet ohne Arbeitspflicht und ohne Entgeltanspruch ausschließlich zum Zwecke der Erweiterung und Anwendung von Kenntnissen sowie zum Erwerb von Fertigkeiten für die Praxis. In dieser Zeit werden verschiedene Abteilungen durchlaufen, also z.B. Kommunikation & Öffentlichkeitsarbeit, und praktische Erfahrungen gesammelt. Grundsätzlich ist ein Praktikum immer gewinnbringend, denn es bietet eine gute Möglichkeit zur Berufsorientierung und hilft später bei der Bewerbung um eine adäquate Stelle.

Studierende sollten sich bereits während des Studiums auf ein Berufsfeld spezialisieren und sich um Praktika oder die freie Mitarbeit in diesem Bereich bemühen. Entsprechende Möglichkeiten müssen direkt bei den Zeitungen und Magazinen erfragt werden. Objektivierete Auswahlverfahren gibt es kaum, der ORF führt jedoch ein Assessment Center.

AbsolventInnen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft konkurrieren zum Teil mit AbsolventInnen anderer Studienrichtungen (z.B. Studium »Politikwissenschaft«) oder verschiedener Fachhochschul-Ausbildungen, die sehr praxisbezogene Ausbildungen bieten (z.B. FH-Studium »Information-Kommunikation-Medien«).

3.1 Beruflicher Schwerpunkt: Publizistin/Publizist

Publizistinnen und Publizisten veröffentlichen (publizieren) Beiträge, Kommentare, Kolumnen, Blogbeiträge und Bücher. Sie verfassen Analysen, regen zu Diskursen über aktuelle Themen an und führen Interviews. Das Publizistik-Studium ist dabei mit Inhalten der Kommunikationswissenschaft eng verknüpft.

Grundsätzlich eröffnen sich nach Studienabschluss vielfältige Aufgabenfelder, so z.B. im Rahmen der politischen Kommunikation, im Social-Media-Bereich und/oder in Bezug auf die Unternehmens-, Marken- oder Kampagnenkommunikation. Je nach Interesse können sich AbsolventInnen im Beruf auf die inhaltlich journalistische Seite konzentrieren oder auf die Gestaltung von Online- oder Radiobeiträgen, ansonsten auf die gestalterisch-künstlerische Seite, also z.B. Kamera und Schnitt.

Im Mittelpunkt der Aufgabenbereiche, in denen PublizistInnen tätig sind, stehen zumeist die Recherche, Aufbereitung, Bearbeitung und Verbreitung von Informationen. Im Detail können die Anforderungen allerdings sehr unterschiedlich sein.

3.2 Beruflicher Schwerpunkt: Journalismus

Der Begriff »Journalismus« wird in der Praxis meist mit dem klassischen Medienjournalismus gleichgestellt, also mit der journalistischen Arbeit für Printmedien (Zeitungen, Magazine) oder audiovisuelle Medien (Rundfunk, Fernsehen) mit großer öffentlicher Verbreitung. Journalistische Tätigkeiten lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien ordnen, so etwa nach Art des Mediums, nach Fachgebiet usw. Trotzdem stehen im Wesentlichen ähnliche Aufgaben im Vordergrund. Hierzu zählen etwa das Konzipieren von Artikeln und Beiträgen, die Sammlung von Informationen, die textliche Abfassung der Arbeit und das Organisieren von Bildmaterial und Graphiken. Bei der Gestaltung von Beiträgen für das

⁷ Vgl. z.B. Binder, David et al. (2021): Entwicklungen im MINT-Bereich an Hochschulen und am Arbeitsmarkt. Institut für Höhere Studien. Wien. Internet: www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13419.

⁸ Vgl. Horvath, Thomas/Huber, Peter/Huemer, Ulrike/Mahringer, Helmut/Piribauer, Philipp/Sommer, Mark/Weingärtner, Stefan (2022): AMS report 170: Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich bis 2028 – Berufliche und sektorale Veränderungen im Überblick der Periode von 2021 bis 2028. Wien. Seite 25. Internet: www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=14009.

Fernsehen sind andere Faktoren – das Organisieren des filmischen Beitrages oder auch der Hintergrundmusik wesentlich. Erfahrene JournalistInnen müssen sich vielfach auch um den Aufbau eines MitarbeiterInnenstabes, um die Verteilung von Aufgaben an junge KollegInnen und deren Betreuung, um die Auswahl und die Überarbeitung zugelieferter Beiträge sowie um die Pflege von Kontakten (Teilnahme an Pressekonferenzen, gesellschaftlichen Veranstaltungen, Informationsreisen usw.) kümmern. Mit dem hierarchischen Aufstieg zum / zur RessortchefIn oder – im Einzelfall – in die Chefredaktion bzw. in die Vorstandsetage rücken administrative und unternehmerische Aufgaben meist deutlich in den Vordergrund.

Auch wenn der Berufszugang bislang frei und nicht gesetzlich reglementiert ist, wird ein Studium, kombiniert mit fachlicher Spezialisierung in einem bestimmten Bereich (z.B. Wirtschaft, Kultur, Sport), positiv bewertet. Vorausgesetzt werden strukturiertes Denken, effizientes und zielorientiertes Recherchieren, Formulierungsgabe und ein Minimum an Gefühl für graphische Gestaltung und Umbruch bei Printmedien bzw. für filmische Präsentation beim Fernsehen oder im Hinblick auf Online-Formate. Ferner sollten JungabsolventInnen eine gute Allgemeinbildung und ein gutes Auftreten mitbringen und kritisch, gründlich, verlässlich und objektiv sein.

3.3 Beruflicher Schwerpunkt: Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations/PR)

Pressereferentinnen bzw. Pressereferenten sind wichtige AkteurInnen in der strategischen Unternehmenskommunikation. Sie sind für den Außenauftritt bzw. für die Außenwahrnehmung (Image) eines Unternehmens, einer Behörde, Partei oder Organisation zuständig. Die Außenwahrnehmung eines Unternehmens hat einen großen Einfluss auf die Wettbewerbsfähigkeit und die Absatzpotenziale. Zu diesem Zweck entwickeln sie zielgruppenorientierte PR-Kampagnen. In Österreich sind relativ viele Publizistik-AbsolventInnen hauptberuflich in einem Medienreferat, einer Pressestelle oder Informationsabteilung für Behörden, Wirtschaftsunternehmen usw. beschäftigt. Die größten Medienreferate⁹ sind der »Bundespressedienst«, die »Landespressedienste«, die Pressestellen der Bundesministerien sowie die Pressedienste der Parteien und der Magistrate der Landeshauptstädte. Fachleute für Öffentlichkeitsarbeit bzw. Presse-ReferentInnen werden auch von politischen Parteien, Interessensgruppen, kulturellen Einrichtungen und auch von Wirtschaftsunternehmen beauftragt.

Heute werden PressereferentInnen auch als MedienreferentInnen bezeichnet. Früher waren sie eher für die Publikation von Artikeln und Webekampagnen in den klassischen Printmedien zuständig (Zeitungen werden in Druckerpresse gefertigt, daher der Begriff Pressedienst bzw. PressereferentIn).¹⁰ Sie benötigen zum Teil dieselben Qualifikationen wie JournalistInnen, sind aber mit einem unterschiedlichen Tätigkeitsspektrum konfrontiert: Zu ihren wichtigsten Aufgaben zählen die Weitergabe ausgewählter und passend aufbereiteter Informationen an die Öffentlichkeit, um dieser ein bestimmtes Bild vom betreuten Unternehmen, der Organi-

sation usw. zu vermitteln, die Formulierung von Presseaussendungen, die Organisation von Pressekonferenzen, der Aufbau und die Pflege persönlicher Kontakte, die Förderung der betriebsinternen Kommunikation und die Betreuung von Publikationen jeglicher Art des Unternehmens bzw. der Institution.

Neben journalistischen und redaktionellen Fertigkeiten ist die genaue Kenntnis der Organisation oder Unternehmung erforderlich, für welches Kampagnen oder Medienarbeit gemacht werden. PressereferentInnen müssen mit den strategischen Abteilungen des Unternehmens (im Falle eines wirtschaftlich orientierten Unternehmens sind das vor allem die Abteilungen Marketing, Produktmanagement, Controlling) zusammenarbeiten, um an die für die jeweilige Aufgabe notwendigen Informationen zu gelangen.

Mindestens ebenso wichtig ist die Fähigkeit, guten Kontakt zu JournalistInnen und anderen VertreterInnen der Öffentlichkeit zu pflegen. Wichtig ist auch, ein gutes Gefühl dafür zu entwickeln, wie sich Information an sich nutzergerecht »verkaufen« lässt. Ein akademischer Grad ist meist keine notwendige Voraussetzung für eine Karriere in diesem Segment, aber speziell in größeren Unternehmen oder Institutionen fallweise sehr gern gesehen und für die Karriere hilfreich.

3.4 Beruflicher Schwerpunkt: Markt- und Meinungsforschung

Die Meinungsforschung ist ein Teilbereich der Marktforschung. Die Marktforschung beschäftigt sich mit der Erfassung von Daten, die etwa für die Planung von konsumnahen Unternehmen oder auch politischer Organisationen von Bedeutung sind. MarktforscherInnen ermitteln zum Beispiel das Käuferverhalten und die Absatzchancen für ein neues Produkt. Die gewonnenen Informationen dienen unter anderem zur Entscheidungshilfe für die Preisgestaltung. Einschlägig spezialisierte Unternehmen (Markt- und Meinungsforschungsinstitute) übernehmen oft Aufträge, die in die Kategorien »Meinungsforschung«, »Politik- und Wahlforschung« oder in den Spezialbereich der Medienforschung fallen.

Zu den konkreten Tätigkeiten zählen Literaturrecherchen, das Organisieren eigener Erhebungen (Fragebogen, statistische und interpretative Auswertung), die Aufbereitung und Analyse statistischen Datenmaterials, die Ausarbeitung von Dokumentationen, das Erkennen von Trends, die Erstellung von Prognosen, die Bearbeitung von Berichten für die Publikation (z.B. Artikel in Magazinen und Online-Medien) und die Präsentation von Arbeitsergebnissen in Workshops und Diskussionsveranstaltungen. Je nach Position sind auch Verhandlungen mit KundInnen, die Erarbeitung von Angeboten, das Organisieren von Fachkonferenzen, Wissenschaftsmarketing und administrative Tätigkeiten Teil des Aufgabengebietes.

Zu den Grundvoraussetzungen für die Arbeit in diesem Bereich gehört die Kenntnis von Methoden der empirischen Sozialforschung (statistische Kenntnisse). Darüber hinaus sind weitere Fähigkeiten gefragt: Eigenständig, strukturiert und problemorientiert zu arbeiten, eine wissenschaftliche Theorie in Verbindung zur Praxis zu setzen und die Ergebnisse – auch unter Termindruck – präzise und klar zu formulieren. Beim Einstieg in dieses Berufsfeld sind üblicherweise Erfahrungen bei der Planung, Organisation und Auswertung von Erhebungen (z.B. im Rahmen studentischer Nebenjobs) erwünscht. Manche Institute bieten auch die Möglichkeit für ein Volontariat oder ein Praktikum.

⁹ Die Bezeichnung »MedienreferentIn« hat dieselbe Bedeutung wie »PressereferentIn« oder »ReferentIn für Öffentlichkeitsarbeit«.

¹⁰ Vgl. www.geschichtewiki.wien.gv.at/Pressewesen.

3.5 Beruflicher Schwerpunkt: Forschung und universitäre Lehre

Universitäten, aber auch Fachhochschulen sowie außeruniversitäre Forschungseinrichtungen bieten berufliche Chancen für AbsolventInnen der Publizistik, Medien- und Kommunikationswissenschaft. Dazu einige Beispiele:

- Institut für vergleichende Medien- und Kommunikationsforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften.
- Institute for Comparative Media and Communication Studies an der Universität Klagenfurt.
- Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation der Universität Innsbruck.

Der Bereich der Medienforschung ist auch an den Universitätsinstituten für Theater-, Film- und Medienwissenschaft, Psychologie, Politikwissenschaft oder Soziologie etabliert. Es kann sich lohnen, dort anzufragen, ob vielleicht die Mitarbeit im Rahmen eines Forschungsprojektes möglich ist.

In der Wissenschaft und Forschung stehen, je nach Funktion, Lehr-, Forschungs- oder Verwaltungstätigkeiten im Vordergrund. Für eine wissenschaftliche Tätigkeit an einer Universität oder einer außeruniversitären Forschungseinrichtung ist ein abgeschlossenes Studium jedenfalls Voraussetzung. Die besonderen Anforderungen in der außeruniversitären Forschung decken sich prinzipiell sehr weitgehend mit jenen, die an Markt- und MeinungsforscherInnen gestellt werden (siehe oben) – jedoch bei etwas stärkerer Betonung von theoretischem Grundlagenwissen im Fachbereich gegenüber der empirischen Arbeit. Allerdings wird auch hier die Fähigkeit geschätzt, theoretisches Wissen auf praktische Problemstellungen umzulegen.

3.6 Beruflicher Schwerpunkt: Medienpädagogik

Die Aufgabe in diesem Berufsfeld ist die Vermittlung eines kritischen Medienbewusstseins an Jugendliche oder ältere Personen. Im Rahmen von Wahlpflichtfächern können sich Studierende mit Themen, wie z. B. Medienökonomie, Medienpädagogik oder Kommunikationsethik, befassen.¹¹ Das Bachelorstudium der Universität Klagenfurt z. B. führt Schwerpunkte wie »Medienpädagogik«, »Medienethik« und »Medien und Technik«.

Medienpädagoginnen und Medienpädagogen vermitteln Kenntnisse und Fertigkeiten für den aktiven Mediengebrauch. Sie fördern die Entwicklung von Kompetenzen zum optimalen Einsatz von Medien. Medien sind in erster Linie Hilfsmittel und Werkzeuge, um bestimmte Inhalte an bestimmte Zielgruppen zu transportieren. Sie vermitteln auch Anwenderkenntnisse im Bereich »Social Media«. In diesem Fachbereich geht es auch um die Gestaltung von Algorithmen, den Umgang mit Content-Management-Systemen und den Einsatz von Bildbearbeitungs-Software. Sie konfrontieren ihre KursteilnehmerInnen mit konkreten Fragestellungen, um ein Bewusstsein im Umgang mit Medien zu entwickeln: »Welchen Stellenwert haben Medien als

Wahrnehmungs- und Beobachtungssystem?« »Welche Rolle spielt die unterschiedliche Repräsentation von Wirklichkeit in den Massenmedien im Rahmen öffentlicher Diskurse?« »Wie verändert Social Media die Kommunikation die Meinungsbildung in der Gesellschaft?« Zum Anforderungsprofil zählen hier auch organisatorisches Geschick, Teamfähigkeit sowie didaktische Fähigkeiten.

3.7 Beruflicher Schwerpunkt: Bibliotheks-, Archiv- und Dokumentationswesen

Interessante Berufsfelder finden sich auch im Hinblick auf das Informations- und Dokumentationswesen (Bibliotheks-, Archiv- und Verlagswesen).¹²

Im Informations- und Dokumentationsbereich arbeiten AbsolventInnen beispielweise in Fachinformationszentren, bei Verlagen, bei Nachrichtenagenturen, in Forschungsinstituten und in einschlägigen Medienunternehmen. Zu den wichtigsten Tätigkeiten zählen das Verwalten und die Aufbereitung von Daten und die Vermittlung der daraus gewonnenen Informationen. AbsolventInnen können auch freiberufliche Dienstleistungen anbieten, so etwa Recherchetätigkeiten, Interviews oder Fachbeiträge zu historischen Themen. Manche arbeiten direkt in einer öffentlichen Bibliothek oder in einem Stadtarchiv. Für den Bibliotheksdienst ist ebenso wie für den Archivdienst eine einschlägige Zusatzausbildung erforderlich, so vor allem dann, wenn eine Beschäftigung im Bereich der öffentlichen Verwaltung angestrebt wird.

4 Perspektiven in Beruf und Beschäftigung

AbsolventInnen der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft konkurrieren in vielen Berufsbereichen mit jenen aus den Sozial- und Wirtschaftswissenschaften. Entsprechende Zusatzqualifikationen können die Ausgangsposition daher beträchtlich verbessern. Viele konnten in den letzten Jahren gut im Bereich der Public Relations (PR) bzw. in der Öffentlichkeitsarbeit Fuß fassen. Die Struktur der PR-Branche ist im internationalen Vergleich klein und überschaubar. Österreichs PR-BeraterInnen sind entweder in PR-Agenturen und PR-Abteilungen oder in Stabsstellen größerer Unternehmen tätig.

In fast allen Bereichen gilt jedoch der häufige Termin- und Erfolgsdruck als Hauptbelastung. Für Public-Relations-ManagerInnen gilt zudem, dass sie sich im Spannungsfeld zwischen den Informationsbedürfnissen der Öffentlichkeit und den Absichten der zu vertretenden Unternehmensleitung zurechtfinden müssen.

4.1 AbsolventInnen-Tracking der Universität Wien

Daten über die beruflichen Umstände bisheriger AbsolventInnen können auch dem AbsolventInnen-Tracking¹³ entnommen werden. Generell können die Einstiegspositionen im Berufsleben je nach Bachelor-/Master-Kombination unterschiedlich sein.

¹¹ Curriculum des Bachelorstudiums: <https://studieren.univie.ac.at/studienangebot/bachelor-und-diplomstudien/publizistik-und-kommunikationswissenschaft-bachelor-mit-aufnahmeverfahren>.

¹² Informationen finden sich auch online in der Berufs- und Bildungsinformation des AMS auf www.ams.at/karrierekompass bzw. www.ams.at/berufslexikon.

¹³ Vgl. <https://studieren.univie.ac.at/studienangebot/bachelor-und-diplomstudien/publizistik-und-kommunikationswissenschaft-bachelor-mit-aufnahmeverfahren>. Alternativ: www.qs.univie.ac.at/analysen/absolventinnen-tracking.

Laut AbsolventInnen-Tracking der Universität Wien finden AbsolventInnen des Bachelorstudiums »Publizistik und Kommunikationswissenschaft« durchschnittlich innerhalb von zwei Monaten nach Studienabschluss einen Job. Nach eigenen Angaben beträgt Ihr monatliches Brutto-Gehalt drei Jahre nach Studienabschluss durchschnittlich zwischen 2.661 und 2.894 Euro. Drei Jahre nach Studienabschluss arbeiten knapp 75 Prozent der befragten AbsolventInnen in Vollzeit. Nach eigenen Angaben arbeiten sie vorwiegend in folgenden Branchen:¹⁴

- Werbung und Marktforschung;
- Unternehmensführung, Unternehmensberatung;
- Verlagswesen;
- Informationsdienstleistungen.

4.2 Perspektiven

An sich ist die Kommunikationswissenschaft eng mit der Informations- und Medienwissenschaft verbunden und versteht sich auch als übergeordnete Wissenschaft. Daher ist der Gesamtbereich der Kommunikations- und Medienberufe ein weites und vielfältiges Beschäftigungsfeld. In der Kommunikationsbranche und allgemein in der Medienwelt ist zunehmend interkulturelle Kompetenz gefragt. Ein Auslandssemester kann belegen, dass sich BewerberInnen im Umfeld einer fremden Kultur gut zurechtfinden können. AbsolventInnen können sich z.B. auf die Untersuchung des Medienkonsums verschiedener Bevölkerungsschichten spezialisieren. Eine bedeutende Rolle spielt der Bereich »Informationsdienstleistung« (Recherche in Datenbanken, Aufbereitung, Analyse und Publikation öffentlich zugänglicher Informationen). Mit viel Engagement ist der Aufstieg in die Chefredaktion oder als LeiterIn der Öffentlichkeitsarbeit möglich. In der Regel arbeiten Fachleute oft freiberuflich.

Es besteht auch die Möglichkeit, eine Agentur zu gründen oder z.B. Unternehmen in Bezug auf Kommunikationsmanagement und Öffentlichkeitsarbeit (dazu gehört auch das Publizieren von Informationen) zu beraten. Über die Möglichkeiten zur Ausübung eines Gewerbes auf selbständiger Basis informieren die Beratungsstellen der Studiengänge und die Wirtschaftskammer Österreich.

5 Tipps und Hinweise

Eine Möglichkeit zur Weiterbildung besteht in Form von Seminaren und Lehrgängen, auch in Bezug auf Sportjournalismus, Wissenschaftskommunikation und Social Media Management:

- Social Media Management: WIFI Österreich
- Digitale Kommunikation: Zertifikatskurs, Österreichische Medienakademie
- Sportjournalismus: Österreichische Medienakademie

Weiterbildungsmöglichkeiten im Hinblick auf Public Relations oder Information Broking (Informationsvermittlung) bieten z.B. die Universitätslehrgänge »Strategische Kommunikation und PR«,

»Digitale Kommunikation« oder »Politische Kommunikation« der Donau-Universität Krems.

Der Verband Österreichischer Zeitungen (VÖZ) bietet gemeinsam mit der Gewerkschaft GPA in der Österreichischen Medienakademie (www.oema.at) umfangreiche Ausbildungen an. Diese verschiedenen Kurse sind kostenpflichtig, werden aber teilweise gefördert. Der Abschluss einer solchen Zusatzqualifikation bzw. des Basislehrgangs erleichtert einen Berufseinstieg oder -umstieg erheblich. Die Tiroler Journalismus-Akademie bietet eine neue, praxisorientierte Ausbildung für angehende JournalistInnen an. Die BewerberInnen müssen sich einem Aufnahme- bzw. Auswahlverfahren stellen. Am Ende der Ausbildung werden Praktika vergeben.¹⁵

Allgemein gilt: Neben dem kommunikationswissenschaftlichen bzw. publizistischen Fachwissen werden betriebswirtschaftliche Kenntnisse, Verhandlungsgeschick sowie soziale Kompetenzen (Social Skills) immer bedeutsamer. Grundsätzlich zu empfehlen sind darüber hinaus vertiefte Kenntnisse im internationalen Projektmanagement, im kommunalen Management (z.B. im Hinblick auf Verhandlungssituationen mit diversen lokalen Akteuren) und im Hinblick auf die zahlreichen Aspekte einer digitalisierten (technologisierten) Medienlandschaft und Medienökonomie.

6 Wichtige Internet-Quellen zu Studium, Beruf und Arbeitsmarkt

Zentrales Portal des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) zu den österreichischen Hochschulen und zum Studium in Österreich

www.studiversum.at

Internet-Datenbank des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF) zu allen an österreichischen Hochschulen angebotenen Studienrichtungen bzw. Studiengängen

www.studienwahl.at

Ombudsstelle für Studierende am Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF)

www.hochschulombudsstelle.at

Psychologische Studierendenberatung des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Forschung (BMBWF)

www.studierendenberatung.at

BerufsInfoZentren (BIZ) des AMS

www.ams.at/biz

AMS-Karrierekompass: Online-Portal des AMS zu Berufsinformation, Arbeitsmarkt, Qualifikationstrends und Bewerbung

www.ams.at/karrierekompass

AMS-JobBarometer

www.ams.at/jobbarometer

AMS-Forschungsnetzwerk

www.ams-forschungsnetzwerk.at

Broschürenreihe »Jobchancen Studium«

www.ams.at/jcs

AMS-Berufslexikon 3 – Akademische Berufe (UNI/FH/PH)

www.ams.at/Berufslexikon

AMS-Berufsinformationssystem

www.ams.at/bis

AMS-Jobdatenbank alle jobs

www.ams.at/allejobs

¹⁴ Vgl. www.qs.univie.ac.at/fileadmin/user_upload/d_qualitaetsicherung/Datei-downloads/AbsolventInnentracking/2023/deutsch/UA_F1_2023_BA_Publizistik_und_Kommunikationswissenschaft_de.pdf.

¹⁵ Vgl. www.journalismusakademie.com.

BerufsInformationsComputer der WKÖ

www.bic.at

Agentur für Qualitätssicherung und Akkreditierung Austria (AQ Austria)

www.aq.ac.at

Österreichische Fachhochschul-Konferenz (FHK)

www.fhk.ac.at

Zentrales Eingangsportal zu den Pädagogischen Hochschulen

www.ph-online.ac.at

Best – Messe für Beruf, Studium und Weiterbildung

www.bestinfo.at

Österreichische HochschülerInnenschaft (ÖH)

www.oeh.ac.at und www.studienplattform.at

Österreichische Universitätenkonferenz

www.uniko.ac.at

Österreichische Privatuniversitätenkonferenz

www.oepuk.ac.at

OeAD-GmbH – Nationalagentur Lebenslanges Lernen/Erasmus+

www.bildung_erasmusplus.at

Internet-Adressen der österreichischen Universitäten

www.bmbwf.gv.at/Themen/HS-Uni/Hochschulsystem/Universitäten/Liste-Universitäten.html

Internet-Adressen der österreichischen Fachhochschulen

www.bmbwf.gv.at/Themen/HS-Uni/Hochschulsystem/Fachhochschulen/Liste-Fachhochschulen.html

Internet-Adressen der österreichischen Pädagogischen Hochschulen

www.bmbwf.gv.at/Themen/schule/fpp/ph/pv_verb.html

Internet-Adressen der österreichischen Privatuniversitäten

www.bmbwf.gv.at/Themen/HS-Uni/Hochschulsystem/Privatuniversität%20Liste-Privatuniversitäten.html

Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report« Download unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »E-Library«



AMS report 144

Regina Habersellner, René Sturm

HochschulabsolventInnen 2020+

Längerfristige Trends in der Beschäftigung von HochschulabsolventInnen am österreichischen Arbeitsmarkt

ISBN 978-3-85495-706-8

Download in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13249



AMS report 155

Petra Ziegler

Auswirkungen der Corona-Krise auf die Arbeitsmarktsituation von JungakademikerInnen

ISBN 978-3-85495-753-X

Download in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=13571



AMS report 170

Thomas Horvath, Peter Huber, Ulrike Huemer, Helmut Mahringer, Philipp Piribauer, Mark Sommer, Stefan Weingärtner

Mittelfristige Beschäftigungsprognose für Österreich bis 2028

Berufliche und sektorale Veränderungen im Überblick der Periode von 2021 bis 2028

ISBN 978-3-85495-761-1

Download in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=14009



AMS report 173

Julia Bock-Schappelwein, Andrea Egger

Arbeitsmarkt und Beruf 2030
Rückschlüsse für Österreich

ISBN 978-3-85495-790-4

Download in der E-Library des AMS-Forschungsnetzwerkes unter www.ams-forschungsnetzwerk.at/deutsch/publikationen/BibShow.asp?id=14035

www.ams-forschungsnetzwerk.at

... ist die Internet-Adresse des AMS Österreich für die Arbeitsmarkt-, Berufs- und Qualifikationsforschung

Kontakt Redaktion

AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation
1200 Wien
Treustraße 35–43

E-Mail: redaktion@ams-forschungsnetzwerk.at

Internet: www.ams-forschungsnetzwerk.at

Alle Publikationen der Reihe AMS info können über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report, FokusInfo, Spezialthema Arbeitsmarkt, AMS-Qualifikationsstrukturbericht, AMS-Praxishandbücher) zur Verfügung – www.ams-forschungsnetzwerk.at.

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Arbeitsmarktservice Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation/ABI, Sabine Putz, René Sturm, Treustraße 35–43, 1200 Wien

März 2024 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

