

Der Arbeitsmarkt für JournalistInnen: Trends und Perspektiven

Zentrale Ergebnisse einer aktuellen Studie
im Auftrag des AMS Österreich

1 Die Studie im Überblick

Seit einigen Jahren sind am Arbeitsmarkt für JournalistInnen Umwälzungen im Gange. Inwieweit dies Auswirkungen auf den quantitativen Bedarf an JournalistInnen, auf deren Tätigkeitsfelder und Qualifikationsbedarf sowie auf deren Arbeitsmarktchancen und Arbeitsmarktperspektiven hat, ist Gegenstand dieser im Auftrag des AMS Österreich, Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation, im Frühjahr 2015 abgeschlossenen Untersuchung.¹ Eine Analyse der deutschsprachigen Literatur betreffend Arbeitswelt und Arbeitsmarkt von JournalistInnen liefert grundlegende (explorative) Informationen zu Entwicklungen und Trends am Arbeitsmarkt für JournalistInnen. Die Ergebnisse der Literaturanalyse (öibf) werden empirisch untermauert und ergänzt durch aktuelle sekundärstatistische Analysen (ibw). Zur qualitativen Vertiefung der gewonnenen Erkenntnisse wurden zudem 20 ExpertInneninterviews durchgeführt. Abschließend widmet sich die Studie, deren zentrale Aussagen im vorliegenden AMS info resümiert werden, der Frage, welche potenziellen Unterstützungsangebote (seitens des AMS) für arbeitslose JournalistInnen als besonders effektiv und effizient eingeschätzt werden können.

2 Strukturveränderungen in der Medienlandschaft und deren Folgen

Durch die massive Zunahme der Nutzung neuer digitaler Medien und (mobiler) Empfangsgeräte finden sich die »klassischen« (Massen-)Medien bzw. Medienkanäle (Print-Zeitungen, Fernsehen, Radio) in einer völlig veränderten Medienlandschaft wieder, die ihrerseits von einem stark geänderten Mediennutzungsverhalten sowie einer Neuverteilung und enormen Zunahme der Konkurrenz um InserentInnen gekennzeichnet ist. Dadurch wurde und wird in den Redaktionen großer Verlage (und auch

des ORF) die Zahl der JournalistInnen teilweise drastisch reduziert. Gleichzeitig sind – sowohl im Online-Bereich als auch im Bereich des (privaten und öffentlichen) Corporate Publishing (Unternehmenskommunikation)² – neue Medienangebote entstanden, deren Bedarf an (klassischen) JournalistInnen aber noch relativ begrenzt zu sein scheint. Auch unter den Special-Interest-Magazinen gibt es Bereiche (z.B. Freizeit, Gesundheit etc.) mit expansiven Tendenzen, unterschiedlichsten Geschäftsmodellen und einem Bedarf an sehr spezialisierten RedakteurInnen, deren journalistische Tätigkeit oftmals nur eine nebenberufliche Tätigkeit als Experte bzw. Expertin in der jeweiligen Branche darstellt.

Zum anderen wird sich in den nächsten Jahren das Arbeitskräfteangebot insgesamt – und daher wohl auch in Bereich des Journalismus – erstmals seit über 50 Jahren rückläufig entwickeln. Zu einem kleineren Teil ist dies auf die (leicht) rückläufige Zahl an Jugendlichen zurückzuführen, zu einem viel größeren Teil aber auf die stark ansteigende Zahl an (bevorstehenden) Pensionierungen. Gleichzeitig ist allerdings das Arbeitskräfteangebot im Journalismus in den letzten Jahren noch überproportional gestiegen, da der Bereich der journalistischen (vor allem hochschulischen) Ausbildungsangebote zuletzt deutlich ausgeweitet wurde.

Auch die Ergebnisse der Literaturanalyse und ExpertInneninterviews zeigen starke Veränderungen in den technischen, kulturellen und ökonomischen Rahmenbedingungen. Für den Arbeitsmarkt der JournalistInnen bedeuten diese Entwicklungen Verschiebungen, aber insgesamt auch einen Rückgang der Nachfrage nach JournalistInnen im engeren Sinn, da bedingt durch massive Umsatzrückgänge vor allem die großen Verlage sowie Fernseh- und Rundfunkanstalten die Zahl an JournalistInnen deutlich reduzieren. Hinsichtlich der Vielfalt der journalistischen Angebote werden diese Entwicklungen aber nicht ausschließlich als negativ behaftete Krise, sondern teilweise auch als positiv konnotierter, längerfristiger Wandel im Journalismus gesehen.

Die Mehrfachverwertung von Inhalten auf verschiedenen technischen Plattformen (Crossmedialität, in Österreich v.a. die Kombination Printmedium und Internet) als weitreichendster

¹ Die Studie wurde in Zusammenarbeit zwischen dem Österreichischen Institut für Berufsbildungsforschung (öibf) und dem Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft (ibw) erstellt: Lachmayr, Norbert (öibf) / Dornmayr, Helmut (ibw) (2015): Der Arbeitsmarkt für JournalistInnen: Trends und Perspektiven. Wien. Download der Langfassung unter www.ams-forschungsnetzwerk.at im Menüpunkt »AMS-Publikationen Forschung« – Jahr 2015.

² Zeitschriften für KundInnen, Mitglieder, MitarbeiterInnen sowie die Öffentlichkeit generell.

Trend der letzten Jahre führt jedenfalls dazu, dass sich journalistische Kerntätigkeiten verschieben und erweitern.

Die vielfältigen Anforderungen an die individuellen Kenntnisse und Fertigkeiten »der« JournalistInnen führen dazu, dass heterogene Wege in den Journalismus bzw. oftmals autodidaktisch durch Praxis angeeignete journalistische Kompetenzen die Regel sind.

Für Österreich verfügbare Studien zeigen, dass JournalistInnen kaum mehr mit bruchlosen Karrieren in fester Anstellung bei einem einzigen Medium rechnen können: Zumindest zeitweise gebe es Phasen der unfreiwilligen Freiberuflichkeit bzw. der Neuorientierung in anderen Arbeitsgebieten oder Mediengattungen sowie der Notwendigkeit der Erwirtschaftung eines Zusatzeinkommens aus anderen Branchen bis hin zu kompletten Ausstiegen aus dem Journalismus. Dabei wird die hohe Vernetzung der Branche als einer der Gründe gesehen, warum nicht alle arbeitssuchenden JournalistInnen und nur wenig arbeitgebende Einrichtungen bei der Personalsuche das AMS kontaktieren.

Es wird auch davon ausgegangen, dass JournalistInnen zudem mehr als »menschliche Marke« an Bedeutung gewinnen, und zwar unabhängig von deren Beschäftigungsverhältnissen. Der Aufbau der »eigenen Community« wird durch einfache Rückmeldungsmöglichkeiten und Erreichbarkeit der JournalistInnen (Blogs, Online-Artikel, Twitter etc.) beeinflusst, Publikumspflege wird zu einem wichtiger werdenden Teil der journalistischen Arbeit, so ein weiteres Ergebnis der Literaturrecherchen und Interviews.

Grundsätzlich veranschaulicht die Studie, dass der Arbeitsmarkt für JournalistInnen durch Veränderungen in der Medienwelt von besonders intensiven Umwälzungen betroffen ist und auch in den nächsten Jahren sein wird. In Summe betrachtet haben diese Entwicklungen dazu geführt, dass (trotz eines relativ hohen Ausbildungsniveaus) die Zahl der arbeitslosen JournalistInnen seit 2007 stärker gestiegen ist als die Gesamtzahl aller Arbeitslosen und dass arbeitslose JournalistInnen überdurchschnittlich lange arbeitslos bleiben. Insgesamt waren im Jahr 2014 durchschnittlich rund 640 JournalistInnen beim AMS arbeitslos vorgemerkt, fast zwei Drittel (62 Prozent) davon lebten in Wien. Die durchschnittliche Vormerkdauer (beim AMS) beträgt im Jahr 2014 für arbeitslose JournalistInnen 119 Tage (für alle Arbeitslosen 111 Tage). Die interviewten ExpertInnen gehen zudem für die kommenden Jahre überwiegend davon aus, dass die Nachfrage nach JournalistInnen weiter sinken wird. Diese Faktoren rechtfertigen daher eine gezielte Förderung und Unterstützung von arbeitslosen JournalistInnen bei der beruflichen Reintegration.

3 Konkrete Handlungsoptionen für das AMS

Bei den aus den vorliegenden Ergebnissen resultierenden Empfehlungen an das AMS wird das Hauptaugenmerk aufgrund der heterogenen Bildungs- und Berufsbiografien auf ein spezifisches Coaching- und Beratungsangebot inkl. Kompetenzfeststellungen und Netzwerkanalysen gelegt. Ein weiterer Schwerpunkt betrifft die Auswahl adäquater Weiterbildungsangebote sowie die Förderung von Praxiserwerb.

Um arbeitslosen JournalistInnen eine maßgeschneiderte Weiterbildung oder Neuorientierung in verwandten Bereichen (z.B. Content Management/Marketing, Corporate Publishing, Public

Relations etc.) oder eventuell auch eine Freie Tätigkeit³ zu ermöglichen, bedarf es (anlassbezogen) eines intensiven persönlichen Coaching- und Beratungsprozesses, indem auch ein Abgleich der eigenen Bedürfnisse mit den Gegebenheiten des Arbeitsmarktes erfolgt. Basis dazu sollten eine umfassende Kompetenzfeststellung und eine Netzwerkanalyse bilden, da die vielfältigen Kompetenzen, Erfahrungen und sozialen Kontakte von JournalistInnen einer entsprechenden Bewertung, Sichtbarmachung und Nutzung bedürfen.

Zudem ist auf den Umstand zu verweisen, dass es für das journalistische Selbstverständnis oftmals eine besondere Herausforderung darstellt, sich auch Arbeitsmöglichkeiten in den (wachsenden) Bereichen Corporate Publishing und Public Relations vorstellen und erschließen zu können.

Eine besonders starke individuelle Ausrichtung der Beratung von arbeitslosen JournalistInnen ist auch aufgrund der Heterogenität des Berufsbildes und der vielfältigen Einsatz- und Fachgebiete erforderlich.

Aufgrund der Arbeitsmarktsituation im Journalismus können auch ein bewusster Ausstieg aus dem Journalismus und eine »Rückkehr« zu früheren Arbeitsbereichen (aufgrund der hohen Zahl an QuereinsteigerInnen) stattfinden. Nachdem hier in der Regel mehrere Jahre zwischen Ausbildung und Wiedereinstieg liegen, wäre als mögliche Unterstützungsleistung des AMS auch eine Auffrischung der branchenrelevanten Kenntnisse und Fertigkeiten im »neuen« alten Berufsfeld anzudenken.

Spezifische Qualifizierungs- und Weiterbildungsangebote für JournalistInnen müssen verschiedene redaktionelle Systeme, vom jeweiligen Medium abhängige spezifische Bearbeitungsanforderungen (auch technologischer Art) sowie eine starke Dynamik sowie heterogene Zielgruppen und Vorkenntnisse berücksichtigen. Eine zusätzliche technische Spezialisierung bzw. das technische Grundwissen für ein crossmediales Arbeiten bedeutet eine deutliche Verbesserung der Arbeitsmarktchancen. Weiters wird die Unterscheidung in nötige journalistische Grundkompetenzen für die Content-Erstellung (Wie recherchiere ich gut?) sowie darauffolgend die medienspezifische Verarbeitung (Wie erzähle ich dramaturgisch und medienspezifisch richtig?) als wichtig identifiziert.

Folgende Schwerpunkte erscheinen aus heutiger Sicht als Qualifizierungs- und Weiterbildungsmaßnahmen für arbeitslose JournalistInnen besonders relevant:

- Der professionelle Umgang mit neuen Medien und Anwendung multimedialer Darstellungsformen sollen die publikumsgerechte Vermittlungskompetenz weiter stärken. Dabei sind aufgrund der angemerkten Vielfalt und Dynamik der Anforderungen sehr konkrete Maßnahmen anzubieten, wenngleich dadurch auch das Erreichen der MindestteilnehmerInnen erschwert wird.
- Persönlichkeitsbildung und Entrepreneurship (unternehmerisches Denken, Orientierung an den Bedürfnissen von KundInnen, Selbstvermarktung im Sinne von »Human Brand«) sind sowohl im Falle einer selbständigen Tätigkeit als Freier / Freie JournalistIn sinnvoll, also auch bei einer Neuorientierung in verwandten Bereichen (z.B. Content Management / Marketing, Corporate Publishing, Public Relations etc.).

³ Hier können beispielsweise auch (teilweise bereits bestehende) Leitfäden und Checklisten (z.B. für journalistische Praktika und Redaktionsvolontariate, Checklisten für Freie JournalistInnen) eingesetzt werden, um die textaffinen JournalistInnen anzusprechen.

- Vertiefende (thematische) Fachausbildungen bieten sich dann an, wenn journalistische Qualifikationen und Erfahrungen ausreichend vorhanden sind.
- Weitere persönlichkeitsbildende Maßnahmen, wie z.B. der Umgang mit Stress am Arbeitsplatz (Zeitdruck, lange Arbeitszeiten etc.) könnten auch bereits als präventive Maßnahmen Bausteine einer nachhaltigen beruflichen Integration sein und die Selbstorganisation unterstützen.

Die mehrfach betonte hohe Wichtigkeit der Praxis könnte in verschiedenster Form berücksichtigt werden: Von kurzen (mit klar definierten Zielvorgaben versehenen) Praktika in Redaktionen und bisher unbekanntem Medienbereichen bis hin zur Errichtung von spezifischen Lehrredaktionen zur Weiterbildung, die gegebenenfalls auch Presse- und PR-Aufgaben für das AMS erledigen bzw. den einschlägigen Abteilungen AMS, gerade im regionalen Kontext der Bundesländer, zuarbeiten könnten.



Aktuelle Publikationen der Reihe »AMS report« ...



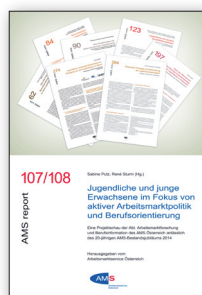
AMS report 106

Regina Haberfellner, René Sturm

Zur Akademisierung der Berufswelt

Europäische und österreichische Entwicklungen im Kontext von Wissensgesellschaft, Wissensarbeit und Wissensökonomie

ISBN 978-3-85495-582-0



AMS report 107/108

Sabine Putz, René Sturm (Hg.)

Jugendliche und junge Erwachsene im Fokus von aktiver Arbeitsmarktpolitik und Berufsorientierung

Eine Projektschau der Abt. Arbeitsmarktforschung und Berufsinformation des AMS Österreich anlässlich des 20-jährigen AMS-Bestandsjubiläums 2014

ISBN 978-3-85495-583-9



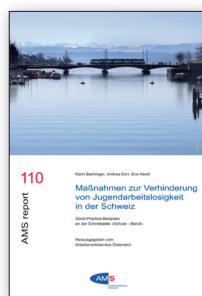
AMS report 109

Veronika Litschel, Roland Löffler

Meta-Analyse zu rezenten Studien im Bereich »AMP-Maßnahmen für Jugendliche«

Betrachtungen mit dem Schwerpunkt »Berufsausbildung«

ISBN 978-3-85495-585-5



AMS report 110

Karin Bachinger, Andrea Dorr, Eva Heckl

Maßnahmen zur Verhinderung von Jugendarbeitslosigkeit in der Schweiz

Good-Practice-Beispiele an der Schnittstelle »Schule – Beruf«

ISBN 978-3-85495-586-3

www.ams-forschungsnetzwerk.at

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

Anschrift der Autoren

ibw – Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft
Rainergasse 38, 1050 Wien
Tel.: 01 5451671-0, E-Mail: info@ibw.at, Internet: www.ibw.at

öibf – Österreichisches Institut für Berufsbildungsforschung
Margaretenstraße 166/2, Stock, 1050 Wien
Tel.: 01 3103334, E-Mail: oeibf@oeibf.at, Internet: www.oeibf.at

Publikationen der Reihe **AMS info** können als PDF über das AMS-Forschungsnetzwerk abgerufen werden. Ebenso stehen dort viele weitere interessante Infos und Ressourcen (Literaturdatenbank, verschiedene AMS-Publikationsreihen, wie z.B. AMS report oder AMS-Qualifikationsstrukturbericht, u. v. m.) zur Verfügung.

www.ams-forschungsnetzwerk.at oder www.ams.at – im Link »Forschung«

Ausgewählte Themen des **AMS info** werden als Langfassung in der Reihe **AMS report** veröffentlicht. Der AMS report kann direkt via Web-Shop im AMS-Forschungsnetzwerk oder schriftlich bei der Communicatio bestellt werden.

AMS report – Einzelbestellungen

€ 6,- (inkl. MwSt., zuzügl. Versandkosten)

AMS report – Abonnement

€ 48,- (10 Ausgaben zum Vorteilspreis, inkl. MwSt. und Versandkosten)

Bestellungen und Bekanntgabe von Adressänderungen (schriftlich) bitte an: Communicatio – Kommunikations- und PublikationsgmbH, Steinfeldgasse 5, 1190 Wien, E-Mail: verlag@communicatio.cc, Tel.: 01 3703302, Fax: 01 3705934

P. b. b.

Verlagspostamt 1200, 02Z030691M

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

April 2015 • Grafik: Lanz, 1030 Wien • Druck: Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H., 3580 Horn

