



Sandra Baierl, Leiterin des Karrieren KURIER, der zweimal wöchentlich (Donnerstag und Samstag) erscheint

NEWSletter-Redaktion: Wie hat sich der Arbeitsmarkt im Printmedien-Bereich in den letzten Jahren entwickelt? Welche wesentlichen Änderungen hat es gegeben?

Sandra Baierl: Der Printmedien-Bereich ist in Österreich nicht sehr groß, die Jobmöglichkeiten bei Tageszeitungen, Magazinen und Fachmagazinen sind begrenzt. Es gibt viel mehr Menschen, die im Printmedien-Bereich arbeiten wollen, als es Stellen gibt. Im vergangenen Jahr ist durch die Einführung einer neuen Tageszeitung ein wenig Bewegung in den Markt gekommen. Angesichts der Tatsache, dass die Branche nicht sonderlich groß ist, hat das die Möglichkeiten für Neueinsteiger erweitert. Gleichzeitig gab es Rochaden innerhalb der Branche. Nichtsdestotrotz ist es so, dass viele angehende Journalisten auf dem Markt drängen. Jeder Posten könnte daher hundertfach besetzt werden - die Guten, Talentierten rauszufiltern, ist aber schwierig.

NEWSletter-Redaktion: Wie haben sich diese Änderungen auf die Qualifikationen ausgewirkt? Welche Qualifikationen sind besonders wichtig? Was müssen künftige ArbeitnehmerInnen mitbringen, um im Printmedien-Bereich Fuß zu fassen?

Sandra Baierl: Dadurch, dass die Konkurrenz eine sehr große ist, gilt: Je besser die Ausbildung, desto größer die Chance. Vor allem bei den Jungen, die auf den Markt drängen, ist

ein Studium schon fast Standard. Dies war früher nicht unbedingt der Fall - unter den Journalisten, die bereits länger im Geschäft sind, gibt es weit weniger Akademiker, als unter den Neueinsteigern. Absolventen unterschiedlicher Studienrichtungen können in den Journalismus einsteigen. Das Publizistikstudium ist nicht unbedingt an die erste Stelle zu reihen. Es ist durchaus üblich, dass Absolventen anderer Fächer in den Journalismus einsteigen, etwa von technischen Studienrichtungen oder Jus. Ich glaube, das Ausbildungsniveau hat sich insgesamt gehoben, vor allem eben durch die starke Konkurrenz. Trotzdem ist die Praxis ein ganz wesentlicher Aspekt. Je früher man publiziert, je mehr Veröffentlichungen man vorzuweisen hat, je bekannter die Medien, in denen diese Artikel erschienen sind, desto größer die Chancen. Es geht darum, welche Kontakte man hat, was man veröffentlicht hat und wie klingend der Name ist.

Der Einstieg in den Printmedienbereich erfolgt häufig über Praktika. Beim KURIER gibt es etwa einen eigenen Praktikumsbeauftragten, der jedes Jahr eine große Zahl an Praktikanten auswählt, die ein einmonatiges, bezahltes Praktikum machen können. Die Praktikanten erhalten eine mehrtätige Einschulung in das Redaktionssystem und in den Journalismus generell. Dann werden sie in die Ressorts verteilt und dürfen dort ein Monat mitarbeiten. In dieser Zeit haben sie die Möglichkeit, Artikel zu veröffentlichen. Während des

Praktikums zeigt sich, ob jemand für den Journalismus geeignet und den Anforderungen gewachsen ist. Eine andere Möglichkeit, die einige Verlage anbieten, ist die so genannte Lehrredaktion. Das ist eine Ausbildung, die mehrere Wochen dauert und in der der Verlag quasi seinen Nachwuchs trainiert, eine Art Schule, wo Journalismus - theoretisch und praktisch - unterrichtet wird. Aus diesen Klassen werden dann die Besten rekrutiert. Es ist heute üblich, als freier Mitarbeiter bei einer Zeitung oder einem Magazin zu beginnen. Der nächste Schritt ist meist die Pauschalierung und erst nach einigen Jahren kommt man zu einer Anstellung. Eine sofortige Anstellung von Anfang ist unüblich geworden.

NEWSletter-Redaktion. Wie wird sich der Arbeitsmarkt im Printmedien-Bereich künftig entwickeln? Was sind die großen Herausforderungen? Wie werden sich diese Entwicklungen auf die Qualifikationsanforderungen auswirken?

Sandra Baierl: In Zukunft wird es wichtig sein, eine gute Ausbildung zu haben, vor allem dann, wenn man höhere Karriereschritte im Journalismus anstrebt - je besser die Ausbildung, desto eher ist eine Karriere möglich. Trotzdem bleibt die Praxis wohl das Um und Auf und je früher man einsteigt - am besten schon während der Ausbildung - desto besser. Wie sich der Printmedienbereich generell entwickelt, ist schwer abschätzbar. Prognosen, wie sich Zeitungen und Magazine am Markt halten, wage ich nicht.