

---

## **Teil B: Sprachgebrauch untersuchen, reflektieren und weiterentwickeln in Sprach- und Kommunikationsberufen**

Teil B beleuchtet Ausbildung und Praxis in Berufsfeldern, in denen Sprache und Kommunikation die Hauptsache sind. Die Reihe der Beiträge führt vom Lernort Klassenzimmer in die globalisierte Berufswelt. Zentrale Tätigkeiten, von denen die AutorInnen berichten: Ausbildungserfolg in Berufsfeldern der Kommunikation messen (Kapitel 11 und 12), berufliches Übersetzen mit Mehrmethodenansätzen untersuchen (13), beim Übersetzen von Komposita nach gleichwertigen Begriffen suchen (14), Probleme des Dolmetschens identifizieren (15), die Rolle des Italienischen als Schweizer Landessprache aufzeigen (16), große Datenmengen visualisieren (17), Radionachrichten verständlich aufbauen (18), Organisationskommunikation mit linguistischen Mitteln verbessern (19), mit Kommunikation die eigene Identität als Organisation stärken (20).



Helga Kessler

# 11 Karrieren in der Kommunikation

**Abstract:** IAM-Studierende finden schnell Jobs, verdienen schon nach wenigen Jahren gut und steigen schnell auf. Jede vierte Person wechselt das Berufsfeld, manche tun dies mehrfach. Frauen zieht es eher in die Organisationskommunikation als in den Journalismus. All das verraten Analysen, die inzwischen 15 Jahrgänge von Studierenden umfassen und in dieser Form schweizweit einmalig sind. Der Beitrag beleuchtet einige ausgewählte Befunde.

## 1 Begleitung über einen langen Zeitraum

Frauen studieren häufiger und erfolgreicher Kommunikation als Männer und sie suchen vermehrt einen Job in der PR – das zeigen jedenfalls die Zahlen des IAM Institut für Angewandte Medienwissenschaft in Winterthur. Seit 2000 bietet die Hochschule einen Bachelorstudiengang Kommunikation an, der junge Menschen zu JournalistInnen und OrganisationskommunikatorInnen ausbildet. Mehr als 1200 Personen haben inzwischen das Studium abgeschlossen. Manche haben es in ihren Berufen „ganz nach oben“ geschafft. In der Organisationskommunikation etwa UPC-Kommunikationsleiter Roland Bischofberger, Flughafensprecherin Jasmin Bodmer oder TUI-Kommunikationschefin Bianca Schmidt. Andere haben eine Karriere im Fernsehen oder Radio eingeschlagen und sind einem breiten Publikum bekannt: SRF-Sportreporter Lukas Studer, Moderator Simon Berginz von Radio ZüriSee oder Michael Weinmann, Moderator der SRF-Regionalsendung „Schweiz aktuell“.

Das IAM weiß bestens Bescheid, woher die Studierenden kommen und wohin sie gehen. Denn seit der Gründung des Instituts wird genau Buch geführt. *Absolvententracking* heißt das Instrument, mit dem die Studierenden zu fünf verschiedenen Zeitpunkten befragt werden: Zu Beginn des Studiums, nach dem Studienabschluss sowie ein, fünf und zehn Jahre danach beantworten sie Fragen aus Leitfadenterviews, die Aufschluss über den persönlichen Hintergrund, Haltungen, Wissen, Berufsfelder und vieles mehr geben. Keine andere Institution in der Schweiz begleitet ihre AbsolventInnen über einen solch langen Zeitraum<sup>1</sup> (vgl. dazu den Beitrag von Hüsser, Koch & Müller in diesem Band).

---

<sup>1</sup> Zum Team Absolvententracking des IAM gehören Angelica Hüsser, Carmen Koch, Nadine Klopfenstein, Max Müller und Lilian Weber. Für weitere Informationen zum Absolvententracking siehe Müller, Koch & Jäger, 2013a, 2013b; Müller & Koch, 2014; Müller, 2015.

Dank sehr hoher Rücklaufquoten (Abb. 1) von inzwischen 50 Befragungen liegen über 4000 ausgefüllte Fragebögen vor – ein einmaliger Fundus an Daten, der Aufschluss über entscheidende Themen zur Berufsausbildung gibt: So finden sich Angaben darüber, mit welcher Vorbildung die Bachelor-Studierenden des Studiengangs Kommunikation ans IAM kommen, welche Berufswünsche sie haben und was später aus ihnen geworden ist. Schließlich erfährt das IAM auf dem Weg auch, wie gut das Studium auf die beiden Kommunikationsberufe vorbereitet, und kann so das Lehrangebot gezielt weiterentwickeln.

	Erste Durchführung	TeilnehmerInnen	Rücklauf total
Erstsemestrigenbefragung: am 1. Tag des Semesters	2005 (JO-05)	1294	98 %
DiplomandInnenbefragung: nach Abschluss des Studiums	2004 (JO-01)	1208	93 %
AbsolventInnenbefragung: ein Jahr nach Abschluss	2004 (JO-00)	1151	84 %
Follow-up: fünf Jahre nach Abschluss	2008 (JO-00)	805	75 %
Ten Up: zehn Jahre nach Abschluss	2013 (JO-00)	317	69 %

**Abb. 1:** Das IAM befragt seine Studierenden zu fünf verschiedenen Zeitpunkten. JO ist das Kürzel für den Studiengang Kommunikation mit den Vertiefungen Journalismus und Organisationskommunikation. Die Zahl in der Klammer markiert den Beginn des Studiums. 2004 wurden also erstmals DiplomandInnen befragt, die 2001 mit dem Studium begonnen hatten.

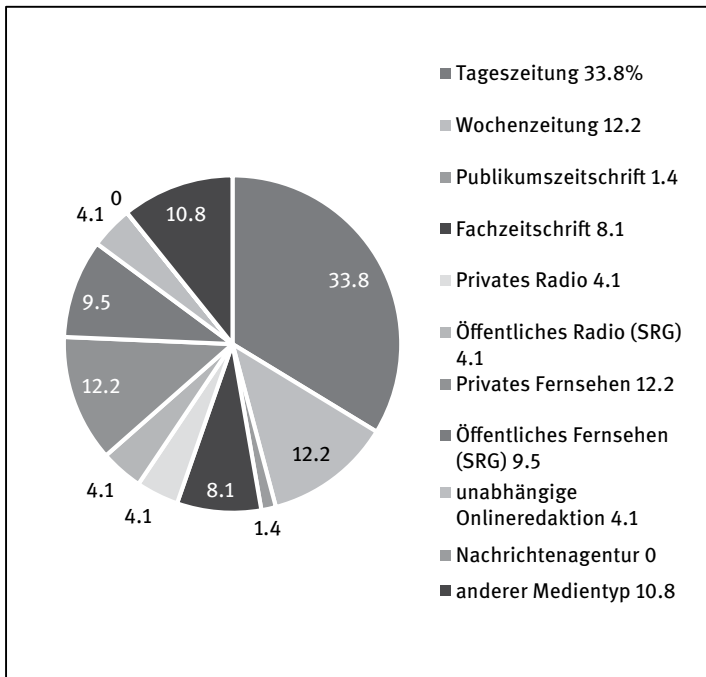
## 2 Jung, weiblich, Berufsmatur

Pro Jahr beginnen rund 150 Personen, mehrheitlich Frauen (Ø 59 %), mit dem Studium. An Vorbildung bringt mehr als die Hälfte (Ø 66 %) eine Berufs- oder Fachmatura mit, 29 % haben eine gymnasiale Matura absolviert. Die meisten Studierenden sind Anfang 20 und ledig.<sup>2</sup> Das Bachelorstudium Kommunikation am IAM haben die Erstsemestrigen des Herbstsemesters 2015 vor allem aus folgenden Gründen begonnen: Das Fach interessiert sie (80 %), es passt zu ihren eigenen Fähigkeiten (79 %) und sie hoffen auf vielfältige berufliche Möglichkeiten (73 %).

<sup>2</sup> Erstsemestrigenbefragungen JO-06 bis JO-15

Frühere Jahrgänge gewichtet ähnlich, deutlich angestiegen im Vergleich zu früheren Jahren ist aber die Hoffnung auf einen sicheren Arbeitsplatz (40%).<sup>3</sup>

Die meisten Studierenden entdecken erst im Lauf des Studiums im Detail, was sich hinter den Vertiefungsrichtungen Organisationskommunikation und Journalismus verbirgt. Auch die eigenen Fähigkeiten – und Schwächen – erkennen sie während des Studiums. Zudem ändern sich die Chancen in den Berufsfeldern stetig und rasant, insbesondere in den Arbeitsbereichen, in denen üblicherweise JournalistInnen tätig sind. All das führt dazu, dass Befragungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten teilweise widersprüchliche Ergebnisse erbringen. Ganz besonders gilt das für den angepeilten beziehungsweise schließlich gewählten Beruf. So geben die Erstsemestrigen zu Beginn ihres Studiums regelmäßig mehrheitlich an, dass sie später im Journalismus arbeiten möchten – bei den Studierenden der Jahrgänge, die zwischen 2006 und 2015 begonnen haben,



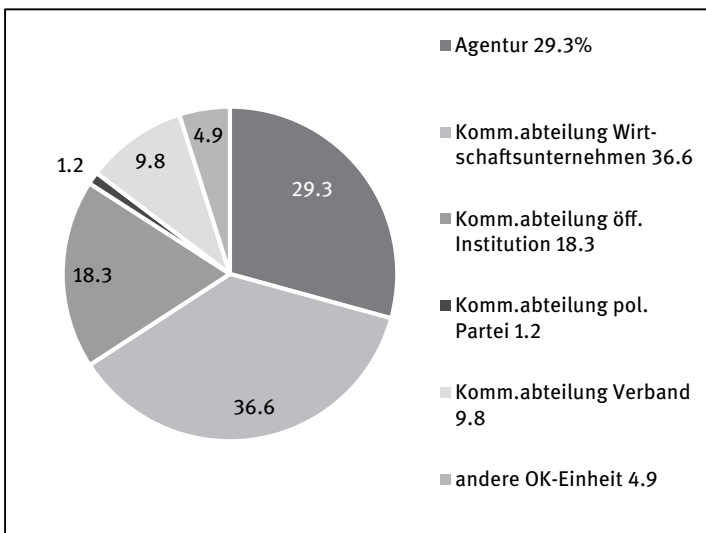
**Abb. 2:** Tätigkeitsfelder von JournalistInnen der Abschlussjahrgänge 2012, 2013 und 2014 (insg. 74 Personen, 42 Männer und 32 Frauen).

<sup>3</sup> Erstsemestrigenbefragung JO-15

waren es durchschnittlich 48 %. Nur eine Minderheit sieht sich später in der Organisationskommunikation – bei denselben Jahrgängen durchschnittlich 23%.<sup>4</sup>

Schaut man die Abschlussjahrgänge an, nivellieren sich die Zahlen. Von den Personen, die zwischen 2003 und 2014 ihr Studium abgeschlossen haben, arbeiteten ein Jahr danach durchschnittlich 37 % im Journalismus, 43 % in der Organisationskommunikation und 20 % in anderen Berufsfeldern, etwa im Marketing oder an einer Hochschule.

Daniel Perrin, Gründer und Direktor des Instituts für Angewandte Medienwissenschaft, erkennt in diesen Zahlen den Wert des sogenannten Y-Modells der Ausbildung: „Am IAM lernen die Studierenden das Zusammenspiel der Berufsfelder öffentlicher Kommunikation zuerst gemeinsam kennen und hinterfragen es kritisch, bevor sie Schwerpunkte setzen und sich schließlich, mit theoretischer und praktischer Erfahrung ausgerüstet, für die vertiefende Ausbildung in einem der Berufsfelder entscheiden.“ Auf diesem Weg erweiterten die Studierenden nicht nur ihr Wissen, sondern bildeten auch Haltungen aus, die ihnen helfen würden, sich klug zu entscheiden – für Journalismus oder Organisationskommunikation.



**Abb. 3:** Tätigkeitsfelder von OrganisationskommunikatorInnen der Abschlussjahrgänge 2012, 2013 und 2014 (insg. 82 Personen, 57 Frauen, 25 Männer).

<sup>4</sup> Erstsemestrigenbefragungen JO-06 bis JO-15

Frauen zieht es eher in die PR als in den Journalismus. Von den befragten Personen, die in den Jahren 2012, 2013 und 2014 ihr Studium abgeschlossen haben, arbeiten von insgesamt 75 Männern 42 im Journalismus (56 %) und 26 in der Organisationskommunikation (35 %).<sup>5</sup> Von den insgesamt 123 Frauen derselben Jahrgänge sind 57 in der Organisationskommunikation tätig (46 %) und 32 im Journalismus (26 %). Von den JournalistInnen arbeitet etwa ein Drittel bei einer Tageszeitung (Abb. 2). In der Organisationskommunikation ist ein gutes Drittel in der Kommunikationsabteilung eines Wirtschaftsunternehmens tätig (Abb. 3).

Fünf Jahre nach Studienabschluss zeigt sich erstmals ein „Geschlechtereffekt“, schreibt Medienforscher Max Müller in einer Spezialauswertung zum Karrierebericht 2014: „Während 96 % der Männer arbeiten, sind nur noch 89 % der Frauen erwerbstätig, und diejenigen, die noch arbeiten, tun dies häufiger in Teilzeit. Grund dafür ist, dass die Frauen Kinder bekommen und deshalb – ganz oder teilweise – aus dem Erwerbsleben aussteigen.“<sup>6</sup>

### 3 Vom Journalismus in die PR – und zurück

Zehn Jahre nach Abschluss des Studiums haben sich die Zahlen weiter verschoben: Von insgesamt 144 befragten Personen arbeiten 38 % nun in der Organisationskommunikation, 24 % im Journalismus und 38 % in anderen Berufsfeldern.<sup>7</sup> Die Verschiebungen kommen auch dadurch zustande, dass etwa jede/r Vierte der Befragten das Berufsfeld wechselte: vom Journalismus in die Organisationskommunikation oder in die andere Richtung – und manche sogar wieder zurück. Als Hauptgründe werden folgende Kriterien genannt: Man habe eine „spannendere Arbeit“, „attraktivere Arbeitsbedingungen“ gefunden oder schlicht dem „Wunsch nach Veränderung“ nachgegeben; ein höherer Verdienst ist für jede/n Dritte/n ein Grund für den Wechsel.

Die IAM-AbsolventInnen wissen genau, was sie erwartet, wenn sie sich beruflich verändern. Das Y-Modell – zuerst gemeinsame, dann getrennte Ausbildung nach Berufsfeldern – hat sie auf solche Entscheidungen gründlich vorbereitet. Es sei eine der wichtigsten Stärken des Studiums, antworten die ehemaligen Studierenden auf die Frage nach den wertvollsten Elementen des Studiums. Nur die „Kombination von Fachwissen und Praxis“ wird noch häufiger genannt.

---

<sup>5</sup> Absolventenbefragungen mit Abschluss 2012, 2013 und 2014

<sup>6</sup> „Karrierebericht 2014“, Spezialauswertung

<sup>7</sup> Ten Up JO-00; JO-01, JO-02

Für Institutsleiter Daniel Perrin ist das Y-Modell Bedingung für eine solide Laufbahnplanung: „Wer bei uns studiert hat, weiß, dass Journalismus und Organisationskommunikation völlig anders ticken, dass ganz andere Haltungen und Skills erforderlich sind.“ Nur wer sich mit beiden Feldern auseinander gesetzt habe, könne entscheiden, was zu den persönlichen Wünschen und Stärken passe, und sich entsprechend vertiefen. Weil sich die Berufsfelder ständig ändern und neue Anforderungen hinzukommen, entwickelt das IAM den Lehrplan laufend weiter. Die vielfältigen Befragungen liefern dafür wertvolle Hinweise. „Unsere Studierenden können einiges lernen hier – wir aber von ihnen auch, und genau deshalb sind uns die Rückmeldungen der Absolventinnen und Absolventen so wichtig“, sagt Perrin. So erfahre das IAM, was zehn Jahre nach Studienabschluss in der Praxis noch wichtig sei. „Für uns sind das die Konstanten im Berufsfeld“, sagt Perrin. „Wir können den Wandel der Berufsfelder dort messen, wo er sich vollzieht, nämlich im Berufsalltag, und die Studierenden auf ihre Zukunft vorbereiten.“ Damit schließe sich der Kreis.

## 4 Beste Aussichten auf einen Job

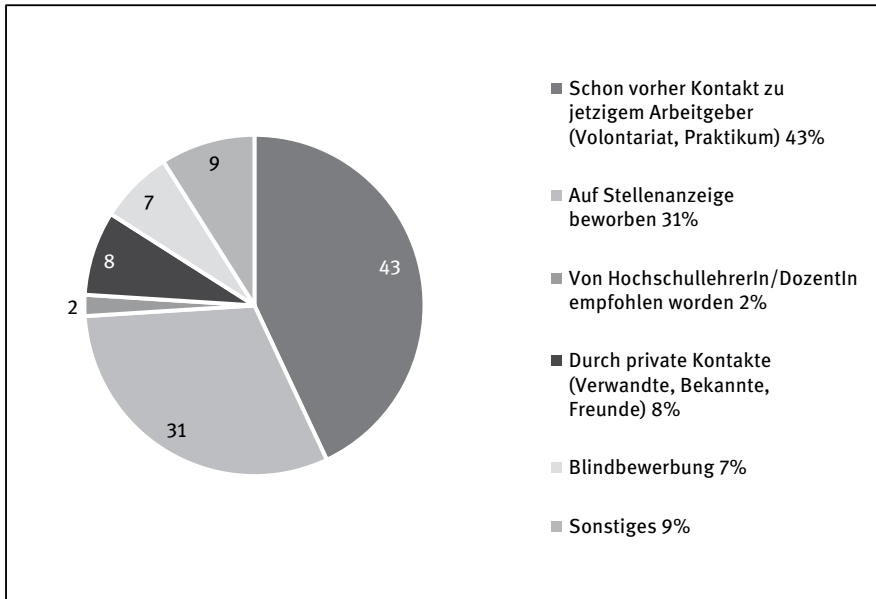
Ein knappes Drittel der Studierenden beendet das Studium vorzeitig – oder muss es vorzeitig beenden. Diese Studierenden merken zum Beispiel, dass sie sich unter dem Studiengang Kommunikation etwas anderes vorgestellt hatten, dass sie Teilzeitjob und Vollstudium nicht unter einen Hut bekommen, oder sie versagen in den Prüfungen. Jüngere studieren erfolgreicher als Ältere, Frauen beenden das Studium eher als Männer.<sup>8</sup> Eine genaue Analyse der Erfolgsfaktoren steht noch aus. Rund 100 Studierende schließen jedes Jahr mit einem Bachelor-Diplom ab. Gibt es in der Kommunikationsbranche tatsächlich so viele offene Stellen, dass alle einen Job finden? Ja, lautet die kurze Antwort auf eine dem IAM besonders häufig gestellten Fragen.

Die guten Jobaussichten sind auch auf den Aufbau des Studiengangs zurückzuführen: IAM-Studierenden steht ein ganzes Semester zur Verfügung, um praktische Berufserfahrung in einem oder beiden Berufsfeldern zu sammeln – mindestens 14 Wochen Praktikumserfahrung werden verlangt, möglich sind bis zu sieben Monate. Nicht selten führt das Praktikum zu einem Stellenangebot nach Abschluss des Studiums – bei nicht ganz der Hälfte der Studierenden ist das der Fall. Etwa ein Drittel der Studierenden findet eine Stelle, indem sie sich auf eine Stellenanzeige bewerben, und etwa jede zwölfte Person nutzt erfolgreich ihr privates Kontaktnetz (Abb. 4).

---

<sup>8</sup> „Abbrecher“, Spezialauswertung





**Abb. 4:** Antworten auf die Frage: „Wie haben Sie Ihre Stelle gefunden?“

Beim Abschluss des Studiums hat mehr als die Hälfte der Studierenden (53%) bereits eine Stelle oder eine Zusage. Ein Jahr nach Abschluss haben von rund 900 befragten Personen 93% eine Arbeitsstelle gefunden. Nur 3,5% sind noch auf der Suche, die anderen studieren weiter, arbeiten als Selbständige, gehen auf Reisen oder vertiefen mit einem Sprachaufenthalt ihre Fremdsprachenkenntnisse. Wer eine Stelle hat, hat meist einen unbefristeten Arbeitsvertrag, im Journalismus wie in der Organisationskommunikation, wobei in der Organisationskommunikation deutlich öfter ein Hochschulabschluss verlangt wird.

## 5 Gebildeter als die Eltern

Die wenigsten Absolventen sind ein Jahr nach Abschluss des Studiums bereits in einer leitenden Funktion tätig. Falls doch, nehmen sie ausschließlich in der Organisationskommunikation Führungspositionen ein. Das Bild ändert sich allerdings relativ schnell: Fünf Jahre nach Abschluss haben eine/r von vier JournalistInnen und sechs von zehn OrganisationskommunikatorInnen bereits Führungsverantwortung (Teil- oder Gesamtleitung), gleichzeitig nehmen die unbefristeten Arbeitsverhältnisse zu. Parallel zu dieser Entwicklung steigt der Bruttolohn auf

durchschnittlich 6200 Franken pro Monat an.<sup>9</sup> „Funktion, Anstellungsverhältnis und Einkommen gelten als objektive Maßstäbe für Erfolg im Beruf, weshalb wir diese Kriterien in die Befragung aufgenommen haben“, schreibt Carmen Koch in der Spezialauswertung zum Karrierebericht 2014. Tatsächlich steigt durch das IAM-Studium auch das familiäre Bildungsniveau: Sieben von zehn Studierenden übertreffen ihre Eltern, bezogen auf den Elternteil mit dem höheren Abschluss.

Zehn Jahre nach Abschluss des Studiums hat mehr als ein Drittel der in der Organisationskommunikation tätigen Personen ein weiteres Studium begonnen oder abgeschlossen (19 von 55 Befragten).<sup>10</sup> Vergleichbar viele (15 von 55 Befragten) haben eine mindestens sechsmonatige Weiterbildung absolviert. Von den JournalistInnen haben nur wenige weiterstudiert (2 von 34 Befragten); sie setzen auf berufliche Ausbildung und – mehr als jede/r Dritte – auf Weiterbildungen. Die meisten akademischen und beruflichen Weiterqualifikationen schließen logisch an die Kommunikationsausbildung an. In der Organisationskommunikation sind das etwa ein MAS in Communication Management & Leadership, ein CAS Kommunikationsmanagement oder Weiterbildungen in Onlinemarketing oder Projektmanagement. Im Journalismus werden unter anderem Crowdfunding, Korrektorat oder Management genannt. Unabhängig vom Berufsfeld scheint die Zufriedenheit zehn Jahre nach Abschluss des Studiums hoch zu sein: Zwei von drei Befragten geben an, in ihrem Traumjob zu arbeiten.

## Literaturverzeichnis

- Müller, M. (2015). *Grundlagenbericht 2015: IAM Karrieretracking*. Winterthur: ZHAW.
- Müller, M. & Koch, C. (2014). *Die Vereinbarkeit von Familie und Beruf bei IAM-Absolventinnen und -Absolventen: Analyse über den Diplomandenjahrgang 2003 zehn Jahre nach Studienabschluss*. Winterthur: ZHAW.
- Müller, M., Koch, C. & Jäger, St. (2013a). *Berufsfeldwechsel: Profit der zweigliedrigen Ausbildung? Analyse über den IAM-Diplomandenjahrgang 2003 zehn Jahre nach Studienabschluss*. Winterthur: ZHAW.
- Müller, M., Koch, C. & Jäger, St. (2013b). *Die Bedeutung von Weiterbildungsmaßnahmen für IAM-Absolventinnen und -Absolventen. Analyse über den IAM-Diplomandenjahrgang 2003 zehn Jahre nach Studienabschluss*. Winterthur: ZHAW.

---

<sup>9</sup> „Karrierebericht 2014“, Spezialauswertung

<sup>10</sup> Weiterbildungsmaßnahmen, „Ten Up“ JO-01, JO-02, JO-03