

Kommunikations- und Medienwissenschaften UH

Den wichtigsten **Beschäftigungsbereich** bildet nach einem UH-Masterabschluss in Kommunikations- und Medienwissenschaften der private Dienstleistungssektor. In früheren Jahren war dies eher der Bereich Information und Kultur. Zum Teil hat dies mit der seit längerem schwelenden Krise des Verlagsgeschäfts zu tun. Die Medienarbeit verlagert sich aufgrund der zunehmenden Online-Kommunikation immer mehr vom Verlagswesen in die Kommunikationsabteilungen von Firmen. Die Medienwissenschaftler und -wissenschaftlerinnen sind damit im Vergleich zu den mehrheitlich beim Staat oder im Nonprofit-Bereich beschäftigten Geistes- und Sozialwissenschaftler/innen viel häufiger bei gewinnorientierten Arbeitgebern tätig. Ihre direkte Konkurrenz bringt eher eine Ausbildung aus den Wirtschafts- als aus den Sozialwissenschaften mit.

Die **Beschäftigungssituation** der Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen hat sich nach den Schwierigkeiten zu Beginn des neuen Jahrtausends eher stabilisiert. Dennoch haben sie es auch mit einem Masterabschluss aktuell auf dem Arbeitsmarkt immer noch schwerer als die Gesamtheit der UH-Masterabsolvent/innen. Vor allem die Zahl der erwerbslosen Stellensuchenden ist unter ihnen mit 10 Prozent doppelt so hoch wie bei der Vergleichsgruppe. Knapp die Hälfte dieser Absolvent/innen gibt zudem Schwierigkeiten bei der Stellensuche an. Und auch der Anteil an Personen, die an einer Stelle arbeiten, für die kein Hochschulabschluss gefordert wurde, ist unter ihnen mit 27 Prozent doppelt so hoch wie bei der Gesamtheit der UH-Masterabgänger/innen.

Das **Einkommen** nach einem Masterabschluss in Medien- und Kommunikationswissenschaften liegt mit 69 000 Franken um 9000 Franken unter dem Durchschnitt der Vergleichsgruppe aller UH-Masterabsolvent/innen.

Bei den Kommunikations- und Medienwissenschaftlern und -wissenschaftlerinnen ist der Anteil an **Bachelorabsolvent/innen**, die nicht innerhalb eines Jahres ein Masterstudium aufnehmen, traditionell hoch. Der Master bildet bei den Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen aber nach wie vor den Regelabschluss. Das zeigt sich daran, dass bei den ins Berufsleben eintretenden Bachelorabsolvent/innen die meisten Beschäftigungsindikatoren im Vergleich zu den Masterabsolventen ungünstiger sind: Sie sind oft als Praktikant/innen tätig oder arbeiten an Stellen, die nichts mit dem Inhalt ihres Studiums zu tun haben. Entsprechend negativ äussern sich diese Befragten bezüglich ihrer Zufriedenheit mit der Studienwahl: Nur eine Minderheit aus gut 40 Prozent von ihnen würde wieder das gleiche Fach wählen.

Kennzahlen der Stichprobe

Fach	Bachelor (n=355)	Master (n=233)
Kommunikations- und Medienwissenschaften	100	100
Hochschule		
Universität Basel	6	3*
Universität Freiburg	28	12
Université de Genève		13
Université de Neuchâtel	10	7
Università della Svizzera italiana	20	44
Universität Zürich	35	22
Geschlecht		
Männer	24	30
Frauen	76	70

Lediglich gut 60 Prozent der Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen treten im Jahr nach ihrem Bachelorabschluss in ein Masterstudium über. Als Gründe dafür werden vor allem die Verbesserung der Berufsmöglichkeiten genannt (85 Prozent) sowie die Tatsache, dass der Bachelorabschluss nicht berufsqualifizierend sei (52 Prozent). Dazu kommt der Wunsch nach Spezialisierung in einem bestimmten Bereich (54 Prozent).

	Medienwissen- schaften	UH Total
Übertritt ins Masterstudium	62	88

Entwicklung des Arbeitsmarkts

2003 und 2005 waren im Jahr nach Studienabschluss jeweils auffällig viele Masterabsolventinnen und -absolventen der Kommunikations- und Medienwissenschaften auf Stellensuche. Dann hat sich die Situation beruhigt. Seit 2013 sind aber wieder deutlich mehr auf Stellensuche, aktuell sind es 10 Prozent. Nur 14 Prozent – und somit deutlich weniger als bei den UH-Masterabsolventen und -absolventinnen üblich (39 Prozent) – haben im Jahr nach dem Masterabschluss eine Weiterbildung begonnen. Insgesamt sind weniger als zehn Personen am Doktorieren.

	erwerbstätig	stellen- suchend	Stelle zuge- sichert	Erwerbs- verzicht
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2003	81	18	0	1
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2005	74	14	2	2
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2007	87	7	4	2
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2009	88	9	1**	2
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2011	90	3*	2**	5
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2013	87	7	3**	2
Kommunikations- und Medienwissenschaften 2015	86	10	2**	2**
UH Total 2015	88	5	1	6

* 6 bis 10 Fälle; ** 1 bis 5 Fälle

Beschäftigungsbereiche

Fast die Hälfte der Masterabsolventinnen und -absolventen in den Kommunikations- und Medienwissenschaften sind nach dem Studienabschluss im privaten Dienstleistungssektor tätig. Dort arbeiten sie vor allem in den Bereichen Handel, Werbung/PR, Informatikdienste sowie Unternehmens- und Personalberatungen, seltener in der Markt- und Meinungsforschung, in Banken, Grafikateliers oder Planungsbüros. Ein Fünftel ist im Bereich der Information und Kultur beschäftigt, meistens bei Radio oder Fernsehen, aber auch beispielsweise in Verlagen oder im Filmbereich. Jene, die an einer Hochschule arbeiten, sind meistens in der Lehre und Forschung an Universitäten tätig.

Jeweils zwischen 20 und 25 Prozent der Absolvent/innen dieses Fachs bezeichnen sich als Unternehmer/innen bzw. leitende Beamte und Beamtinnen, als Medienschaffende oder haben einen Beruf in Werbung, Marketing oder im Tourismus. Daneben werden Bildungsberufe, Verkaufsberufe, administrative Berufe, Dienstleistungsberufe und viele mehr genannt.

Tabelle 4: Beschäftigungsbereiche nach einem Masterabschluss UH (in Prozent)

	Kommunikations- und Medien- wissenschaften	UH Total
Hochschule	12	18
Schule	2**	7
Rechtswesen	1**	8
Information und Kultur	20	2
Gesundheitswesen	2**	13
Pädagogische, Psychologische, Soziale Dienste	0	3
Land- und Forstwirtschaft	0	1
Industrie	9	5
Energie- und Wasserversorgung	0	0
Private Dienstleistungen	47	31
Öffentliche Verwaltung	8	8
Kirchlicher Dienst	0	1
Verbände und Organisationen	0	3

** 1 bis 5 Fälle

Erwerbssituation nach Abschlussgrad

Knapp 40 Prozent der befragten **Bachelorabsolventen und -absolventinnen** entscheiden sich zurzeit gegen ein Masterstudium. Die Mehrheit unter ihnen gibt an, zuerst berufliche Erfahrungen sammeln zu wollen (68 Prozent), ein Drittel ist der Meinung, dass ein Masterstudium nicht notwendig sei. Wie die Situation von Bachelorabsolvent/innen aussieht, die kein Masterstudium aufgenommen haben, ist Tabelle 5 zu entnehmen. Auffallend ist der hohe Anteil an Praktikantinnen und Praktikanten.

Viele **Masterabsolventen und -absolventinnen** der Kommunikations- und Medienwissenschaften berichten über Schwierigkeiten, eine passende Stelle zu finden. Die Situation ist ähnlich wie bei den Geistes- und Sozialwissenschaften generell. Häufig sind sie auch an Stellen beschäftigt, für die kein Hochschulabschluss gefordert wurde.

Die Schwierigkeiten beim Berufseinstieg zeigen sich auch in der Anzahl Bewerbungen: Die Kommunikations- und Medienwissenschaftler/innen schreiben durchschnittlich zehn Bewerbungen, bis sie eine Stelle gefunden haben. Das sind doppelt so viele wie bei

den Uni-Masterabsolvent/innen üblich. Gut 40 Prozent haben die aktuelle Stelle über Inserate im Internet gefunden. Als Grund für die Schwierigkeiten nennen 78 Prozent der Betroffenen die fehlende Berufserfahrung, 61 Prozent die aktuelle Wirtschaftslage. Wie in allen Geistes- und Sozialwissenschaften erleichtern praktische Erfahrungen den Berufseinstieg: So berichten von jenen, die über keine Berufserfahrungen verfügen, 80 Prozent über Schwierigkeiten bei der Stellensuche, während dieser Anteil bei jenen mit Berufserfahrung lediglich 35 Prozent beträgt.

Das Einkommen der Masterabsolventinnen und -absolventen der Medien- und Kommunikationswissenschaften liegt knapp 10 000 Franken unter dem Durchschnitt der Vergleichsgruppe. Entsprechend erstaunt es nicht, dass nur gut ein Drittel damit zufrieden ist. Teilzeitbeschäftigung ist hingegen vergleichsweise selten. Fast 80 Prozent sind zufrieden mit ihrem Pensum.

Weitere Kennzahlen zum Berufseinstieg sind der Tabelle 5 zu entnehmen.

Tabelle 5: Kennzahlen Berufseinstieg Absolvent/innen Kommunikations- und Medienwissenschaften UH (in Prozent)

	Bachelor ¹ Kommuni- kations- und Medienwis- senschaften (n=137)	Bachelor UH Total	Master Kommuni- kations- und Medienwis- senschaften (n=233)	Master UH Total
Anteil Stellensuchende	4*	5	10	5
Schwierigkeiten, eine den Erwartungen entsprechende Stelle zu finden	45	41	46	38
Studium als gute Grundlage für den Berufseinstieg betrachtet	32	39	61	65
Rückblickend betrachtet nochmals dasselbe Studium wählen	40	59	64	71
Erwerbstätige:				
Jahresbruttoeinkommen ² (in Franken)	60 000	66 300	69 000	78 000
Mehrere Erwerbstätigkeiten werden ausgeübt	18	19	13	11
Berufliche Stellung Praktikant/in	28	18	12	7
Kein inhaltlicher Bezug zwischen Studium und jetziger Tätigkeit	21	69	13	7
Hochschulabschluss für jetzige Tätigkeit verlangt?				
Nein	40	49	27	14
Ja, im entsprechenden Fach	5*	16	20	44
Ja, auch in verwandten Fächern	42	24	36	33
Ja, aber ohne spezifische Fachrichtung	13	12	17	9
Aktuelle Tätigkeit wird angesehen als				
längerfristige Tätigkeit	37	42	51	45
zusätzliche Ausbildungsstation	53	42	40	48
Gelegenheitsjob	10	16	9	6
Anteil Teilzeitbeschäftigte (Pensum < 90 Prozent)	33	46	31	30
Anteil befristet Angestellte	45	31	34	51

¹Bezieht sich nur auf jene Bachelorabsolvent/innen, die im Befragungsjahr (noch) kein Masterstudium aufgenommen haben.

²Als statistisches Mittel wurde der Median verwendet. Die Einkommen der teilzeitlich beschäftigten Personen wurden auf 100 Prozent hochgerechnet.

* 6 bis 10 Fälle