



## Laufbahn, Aus- und Weiterbildung

# Medien, Kommunikation, Journalismus Ausbildungen und Tätigkeitsfelder

Der Medienbereich ist sehr breit und beinhaltet eine Vielzahl an Tätigkeitsbereichen wie beispielsweise den Journalismus, die (Organisations-)Kommunikation oder das Verlagswesen. Studiengänge in diesem Bereich werden sowohl von Universitäten – mit theoretisch-analytischer Ausrichtung – als auch von Fachhochschulen – mit angewandter Ausrichtung – angeboten. Nach dem Hochschulabschluss bestehen zahlreiche Weiterbildungsmöglichkeiten. Neben einem Studium ist die praktische Erfahrung in Form von freier Mitarbeit, Praktika und Volontariaten oft von grosser Wichtigkeit für den Berufseinstieg.

Das vorliegende Merkblatt gibt einen Überblick über Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten sowie mögliche Tätigkeitsfelder mit Fokus Medien.

## Inhalt

<b>1.</b>	<b>Aus- und Weiterbildungen.....</b>	<b>2</b>
1.1	Hochschulstudium (Bachelor, Master) .....	2
1.2	Weiterbildungen nach dem Hochschulstudium (MAS, DAS, CAS).....	5
1.3	Weitere Optionen.....	6
<b>2.</b>	<b>Tätigkeitsfelder .....</b>	<b>6</b>
2.1	Organisationskommunikation, Unternehmenskommunikation, PR.....	6
2.2	Lehre und Forschung .....	6
2.3	Journalismus inkl. Einstieg .....	7
<b>3.</b>	<b>Quellen und weiterführende Informationen.....</b>	<b>7</b>

# 1. Aus- und Weiterbildungen

Die folgende Zusammenstellung enthält Studiengänge aus den Studienrichtungen Kommunikation, Medien- und Kommunikationswissenschaften an Universitäten und Fachhochschulen, Weiterbildungsmöglichkeiten nach dem Hochschulstudium sowie weitere Lehrgänge. Die Auflistung erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

## 1.1 Hochschulstudium (Bachelor, Master)

Ein Studium an einer Fachhochschule ist praxisorientiert, während ein universitäres Studium vorwiegend theoretisches Wissen vermittelt. Eine allgemeine Übersicht zu den Unterschieden und Gemeinsamkeiten der Hochschultypen findet sich unter [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) > Aus- und Weiterbildung > Hochschulen. Wer sich für ein Studium interessiert, sollte sich auch über die Zulassungsvoraussetzungen kundig machen: [www.berufsberatung.ch/zulassung](http://www.berufsberatung.ch/zulassung). Studieninteressierte mit gymnasialer Matura benötigen für die Zulassung an Fachhochschulen i.d.R. ein 1-jähriges Berufspraktikum.

### Hinweise:

- Major lautet die Bezeichnung für Hauptfach, Minor für Nebenfach
- ECTS steht für «European Credit Transfer System» bzw. Kreditpunkte
- BA = Bachelor, MA = Master

Französisch- und italienischsprachige Studiengänge sind auf diesem Merkblatt nicht aufgeführt. Informationen hierzu finden Sie auf den entsprechenden Internetseiten (Universität Freiburg: [www.unifr.ch/dcm](http://www.unifr.ch/dcm) / Université de Neuchâtel: [www.unine.ch/lettres](http://www.unine.ch/lettres) / Université de Genève: [www.unige.ch/sciences-societe](http://www.unige.ch/sciences-societe) / Universität della Svizzera Italiana: [www.com.usi.ch](http://www.com.usi.ch)).

Im Folgenden findet sich eine Auswahl an Studiengängen mit Kurzbeschrieb des Studieninhalts, Verlinkung zur Hochschul-Webseite und den jeweiligen Besonderheiten.

**Hinweis:** Nur bei den Fachhochschulen sind die Modalitäten zusätzlich angegeben. Bei universitären Studiengängen ist die Wahl der Credits und somit ein Teilzeit-Studium i.d.R. flexibel möglich.

### Bachelor Universität

Institution	Studiengang	Besonderes
<b>Universität Basel</b>	<u>Medienwissenschaft</u> – Verbindung von kultur- und kommunikationswissenschaftlichem Blick auf Medien: Grundlagentheorien der Medien; Medien, Kommunikation und Gesellschaft; Medienästhetik; Medientechnologien	Major: 75 ECTS (eines von 2 BA-Studiengäfern)
<b>Universität Freiburg</b>	<u>Kommunikationswissenschaft und Medienforschung</u> – Studium bietet fundierte Auseinandersetzung mit der Funktionsweise und Bedeutung von Medien, Kommunikation und Öffentlichkeit unter digitalen Bedingungen	Zweisprachige Universität

Institution	Studiengang	Besonderes
<b>Universität Luzern</b>	<u>Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Interdisziplinärer Studiengang; Sozialwissenschaftliches Grundlagenstudium mit gesellschaftswissenschaftlicher Ausrichtung</li> <li>– Schwerpunktmodule: Grundlagen in Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften, Medien, Organisationen, Forschungsinstrumente/doing research</li> </ul>	Monostudiengang
<b>Universität Zürich</b>	<u>Kommunikationswissenschaft und Medienforschung</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vermittlung der theoretischen Grundlagen und des aktuellen Forschungsstands der Kommunikationswissenschaft sowie Methoden der empirischen Sozialforschung</li> </ul>	

## Bachelor Fachhochschulen

Institution	Studiengang	Modalität / Besonderes
<b>Hochschule der Künste Bern HKB</b>	<u>Visuelle Kommunikation</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fokus auf gestalterische Methoden, technische Fähigkeiten und visuelle Sprachen. Angesiedelt am Departement Hochschule der Künste Bern HKB.</li> </ul>	Vollzeit
<b>Hochschule der Künste Bern HKB und Fachhochschule Graubünden FHGR</b>	<u>Multimedia Production</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Konzeption und Produktion multimedialer Inhalte für die Unternehmenskommunikation oder den Journalismus. Diverse Vertiefungsrichtungen.</li> </ul>	Vollzeit oder virtuelle Teilzeitklasse mit bis zu 50% Präsenzunterricht  Studium in Chur oder Bern mit gewissen Vertiefungsrichtungen am anderen Standort
<b>Hochschule Luzern – Wirtschaft HSLU</b>	<u>Business Administration, Vertiefung Kommunikationsmanagement</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fokus auf die Entwicklung crossmedialer Kampagnen und die Produktion von Medieninhalten in einem digitalen Umfeld</li> </ul> <u>Business Administration, Vertiefung Marketing</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fokus auf das datengestützte Management von Produkten, Marken, Kanälen und Kunden in einer digitalen Welt</li> </ul>	Vollzeit / Teilzeit
<b>Hochschule für Wirtschaft Zürich HWZ</b>	<u>Business Communications</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vermittelt interdisziplinäres Wissen aus drei Themenbereichen: Business, Management, Kontext; Communications &amp; Marketing; Leadership, Selbst- &amp; Methodenkompetenz</li> </ul>	Berufsbegleitend (maximal 80 % Arbeitstätigkeit empfohlen)  CHF 4'750 / Semester
<b>Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften ZHAW</b>	<u>Kommunikation und Medien</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Theorien und Ansätze der Kommunikation im Kontext von Wirtschaft, Kultur und Politik (Anwendung in Praxiswerkstätten), Kommunikationsaufgaben in verschiedenen Sprachen (D, F, E)</li> <li>– Vertiefungsrichtungen: Journalismus, Corporate Communications, Content Marketing</li> </ul> <u>Mehrsprachige Kommunikation</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Erwerb und Anwendung von mündlichen und schriftlichen Sprachkenntnissen in verschiedenen Settings. Vertiefungsrichtungen ab dem 2. Studienjahr: Mündliche Kommunikation &amp; Sprachvermittlung; Multimodale Kommunikation &amp; Translation; Fachkommunikation &amp; Informationsdesign.</li> <li>– Sprachen: Neben der Muttersprache zwei weitere Sprachen</li> </ul>	Vollzeit / Teilzeit  Mit Eignungsabklärung

Institution	Studiengang	Modalität / Besonderes
<b>Kalaidos Fachhochschule</b>	<u>Business Communication</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Verbindung von kommunikations- und medienwissenschaftlichen Kompetenzen mit betriebswirtschaftlichen Fragestellungen</li> <li>– Unterrichtssprache: Deutsch, in geringem Umfang Englisch</li> </ul>	Berufsbegleitend (bis zu 100 % Arbeitstätigkeit möglich, 80 % empfohlen) CHF 5'530 / Semester

## Master Universität

Institution	Studienfach	Besonderes
<b>Universität Basel</b>	<u>Medienwissenschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vertiefung der im Bachelorstudium erworbenen Kompetenzen</li> </ul>	Major: 30 + 35 ECTS (eines von 2 MA-Studiengäfern + Masterarbeit)
<b>Universität Freiburg</b>	<u>Kommunikation und Gesellschaft</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wählbare Schwerpunkte: Media Structures &amp; Media Performance, Political Communication, Organizational Communication, Media Use &amp; Effects</li> </ul> <u>Business Communication</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wählbare Schwerpunkte: Betriebswirtschaft, Volkswirtschaft, Ethik und politische Ökonomie oder Wirtschaftsinformatik</li> </ul> <u>Digital Communication and Creative Media Production</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Joint Masterprogramm mit der Fachhochschule Graubünden, das wissenschaftliche Grundlagen und technisch-praktische Kompetenzen vereint</li> <li>– Zugang mit verwandtem BA-Abschluss von Uni oder FH möglich; das erste Semester unterscheidet sich je nach Herkunft der Studierenden</li> </ul>	Zweisprachige Universität  Studiensprache wählbar: D / F / E  Kann als Monostudiengang oder Nebenfach besucht werden Studiensprachen: D & E
<b>Universität Luzern</b>	<u>Gesellschafts- und Kommunikationswissenschaften</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Wählbare Schwerpunkte: Organisation und Management, Vergleichende Medienforschung, Medien und Netzwerke</li> <li>– Zulassung mit BA Kommunikations- u. Medienwissenschaften oder Soziologie</li> </ul>	Monostudiengang
<b>Universität Zürich</b>	<u>Internet &amp; Society, spezialisierter Master</u> <sup>1</sup> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Beschreibung und Analyse von Internet- und Mobilkommunikation; Technologische, ökonomische, soziale, kulturelle und politische Aspekte von Informations- und Kommunikationstechnologien; Chancen und Risiken der Medienentwicklung; Beziehung zwischen Internet, Individuum und Gesellschaft</li> </ul> <u>Politische Kommunikation &amp; Governance, spezialisierter Master</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Betrachtung und Analyse der Strukturen digitaler politischer Kommunikation und deren Regulierung; Angebote, Inhalte, Wirkungen und Wandlungsdimensionen der Kommunikation zwischen Politik, Medien und Öffentlichkeit; Akteure politischer Kommunikation</li> </ul> <u>Strategische Kommunikation &amp; Management, spezialisierter Master</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Analyse von Strategien und der Wirkung von Kommunikationsmaßnahmen und dem Management von Kommunikationsprozessen; Verständnis von Prozessen der PR, Werbung, Kampagnen und des Marketings; Chancen und Grenzen strategischer Kommunikation</li> </ul>	Kann als Monostudiengang besucht werden  Englisch als primäre Unterrichtssprache  Monostudiengang

<sup>1</sup> Spezialisierte Masterstudiengänge sind Studiengänge, für welche zusätzliche, für alle Bewerberinnen und Bewerber identische Anforderungen gestellt werden bzw. Selektionsverfahren bestehen. Die Platzzahl ist meist beschränkt (Quelle: [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) > Aus- und Weiterbildung > Hochschulen > Studiengänge, Abschlüsse > Studienabschlüsse: Bachelor, Master, Doktorat)

Institution	Studienfach	Besonderes
	<u>Fachdidaktik Medien und Informatik</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Vermittelt Wissen zum Lehren und Lernen von medien- und kommunikationswissenschaftlichen sowie informatischen Phänomenen und zur Erforschung dieser Vermittlungsprozesse</li> </ul>	In Zusammenarbeit mit der PH Luzern / Schwyz sowie der HSLU. Je nach Vorbildung bestehen Aufgaben.

## Master Fachhochschulen

Institution	Studienfach	Modalität/Besonderes
<b>Hochschule der Künste Bern HKB</b>	<u>Multimedia Communication &amp; Publishing</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Fach- und Führungskompetenzen in Politischer Kommunikation oder im Journalismus (Vertiefungsrichtung wählbar)</li> </ul>	Vollzeit / Teilzeit Deutsch, Englisch
<b>Fachhochschule Graubünden FHGR</b>	<u>Digital Communication and Creative Media Production</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Joint Masterprogramm mit der Universität Freiburg, das wissenschaftliche Grundlagen und technisch-praktische Kompetenzen vereint</li> <li>– Sozial- und Kommunikationswissenschaften, konkrete Umsetzungsmassnahmen digitaler Kommunikation und technisches Know-how</li> </ul>	Vollzeit / Teilzeit Studiensprachen: D & E
<b>Hochschule Luzern – Wirtschaft HSLU</b>	<u>Business Administration, Vertiefung Online Business and Marketing</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Erlernen von Kompetenzen zur Planung, Umsetzung und Vermarktung digitaler Geschäftsmodelle</li> </ul>	In Englisch möglich
<b>Zürcher Hochschule der Künste ZHdK</b>	<u>Cultural Critique, Kulturpublizistik</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Journalismus, Organisationskommunikation, Medienkonzeption</li> </ul>	Vollzeit/Teilzeit 90 / 120 ECTS
<b>Zürcher Hochschule für Angewandte Linguistik ZHAW</b>	<u>Angewandte Linguistik, Strategic Communication Management</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kommunikationsmanagement, Organisationskommunikation in komplexen Kontexten, Praxiswochen</li> </ul>	Vollzeit / Teilzeit

## 1.2 Weiterbildungen nach dem Hochschulstudium (MAS, DAS, CAS)

Im Weiterbildungsbereich der Hochschulen sind folgende Abschlüsse gebräuchlich:  
 Master of Advanced Studies (MAS, mind. 60 ECTS)<sup>2</sup>, Diploma of Advanced Studies (DAS, mind. 30 ECTS), Certificate of Advanced Studies (CAS, mind. 10 ECTS). Ein MAS ist häufig in verschiedene CAS oder DAS gegliedert, die je nach Bedarf meist auch einzeln absolviert werden können.

Allgemeine Informationen zu Weiterbildungen nach einer Hochschule finden Sie hier:  
[www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) > Aus- und Weiterbildung > Hochschulen > Studieren, Abschlüsse

Diverse CAS, DAS und MAS in den Studienrichtungen Kommunikation, Kommunikations- und Medienwissenschaft finden Sie unter: [www.berufsberatung.ch/awd](http://www.berufsberatung.ch/awd)

<sup>2</sup> Weiterbildungsmaster; zu unterscheiden vom (grundständigen konsekutiven) Master, der die zweite Stufe der Hochschulausbildung bildet und für den 90 bis 120 ECTS erreicht werden müssen.

## 1.3 Weitere Optionen

Neben den Hochschulen gibt es Weiterbildungs-Anbieter, die schuleigene Diplome oder Zertifikate ausstellen. Die Dauer, Kosten und Zulassung unterscheiden sich je nach Angebot und sind individuell zu prüfen. Ebenso unterscheiden sich die mit dem Abschluss verbundenen Arbeitsmarktchancen.

Beispielsweise bietet das **MAZ. Institut für Journalismus und Kommunikation** eine Diplomausbildung in Journalismus sowie weitere Lehrgänge zu Moderation, Redaktion oder audiovisuellen Medien an. Auch die **Ringier Journalistinnen- und Journalistenschule** bietet eine journalistische Diplomausbildung an.

## 2. Tätigkeitsfelder

Die Medienbranche bietet ein breites Spektrum an Tätigkeiten – von der Organisationskommunikation über Forschung und Lehre bis hin zum Journalismus. Fachpersonen analysieren, gestalten und vermitteln Kommunikationsprozesse in unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bereichen.

### 2.1 Organisationskommunikation, Unternehmenskommunikation, PR

Die Unternehmenskommunikation hat zum Ziel, die Wahrnehmung eines Unternehmens innen und aussen zu steuern und das Image zu stärken. Über gute Kommunikation und über Marketing (Werbung) soll die Bekanntheit des Unternehmens gesteigert werden und der Absatz der Produkte gefördert werden. Während die klassischen Werbemaßnahmen des Marketings in der Regel sehr teuer sind, sucht die Unternehmenskommunikation die Zusammenarbeit mit den Medien, um dort Presseartikel und Beiträge in Radio und Fernsehen zu generieren.

Mögliche Arbeitgeber in diesem Bereich sind kantonale und eidgenössische Behörden, halbstaatliche Betriebe (Post, Swisscom, SBB), Bildungseinrichtungen (Hochschulen, Museen), Forschungsinstitute, NGOs, politische Institutionen etc.

### 2.2 Lehre und Forschung

In der Lehre und Forschung arbeiten Absolventinnen und Absolventen mit einem Abschluss im Medienbereich als Assistenten und wissenschaftliche Mitarbeiterinnen an Hochschulen. Sie beteiligen sich an Medien-, Kommunikations-, Markt- und Meinungsforschungsprojekten (evtl. im Rahmen einer Dissertation), helfen bei Institutsaufgaben und evtl. in der Lehre mit. Forschungstätigkeiten ausserhalb von Hochschulen gibt es auch in der angewandten Medienforschung von grossen Medienhäusern (z.B. SRG) oder anderen Forschungsinstituten. Es wird beispielsweise untersucht, welche Medien wie genutzt werden oder welche Fernsehprogramme bei welcher Publikumsgruppe besonders beliebt sind. Tendenziell steigen eher Absolventinnen und Absolventen mit einem universitären Masterabschluss in die Forschung ein.

## 2.3 Journalismus inkl. Einstieg

Journalisten arbeiten bei der Presse, im Radio, Fernsehen oder für Online-Medien. Sie recherchieren, dokumentieren, formulieren, redigieren, präsentieren, organisieren und planen. Ein Studium der Medien- und Kommunikationswissenschaften bereitet nur bedingt auf den Journalismus vor. Zwar vermittelt es Fachwissen, um fundiert über ein Thema zu berichten, doch für den Berufseinsteig zählen vor allem praktische Erfahrungen. Der Weg in den Journalismus führt oft über freie Mitarbeit bei (Lokal-)Zeitungen, Zeitschriften oder Radiosendern, häufig schon während des Studiums. Freie Mitarbeiter wählen eigenständig Themen, zeigen Initiative und erkunden neue Gebiete, oft ohne Gewissheit, dass ihre Arbeit veröffentlicht wird. Auch der Online-Journalismus oder ein Praktikum in einer Redaktion bieten Chancen für Berufseinsteigende. Solche Praktika dauern meist drei bis zwölf Monate, sind gering vergütet, ermöglichen aber Einblicke in den Redaktionsalltag und helfen, Kontakte zu knüpfen.

### **Beispiele für Praktika und Volontariate/Stages im Journalismus**

Zeitungen – Lokalredaktionen: Berner Zeitung, Der Bund, Bieler Tagblatt, 20 Minuten

Lokale Radiosender: Radio Bern 1, Radio Canal 3, Radio BeO, Radio 32, Radio RaBe

Lokale TV-Sender: Telebärn, Tele M1

Nationaler Sender: Schweizer Radio und Fernsehen SRF

### **Stellenportale mit Angeboten für Praktika und/oder Stages/Volontariate:**

- [www.medienjobs.ch](http://www.medienjobs.ch)
- [www.chmedia.ch](http://www.chmedia.ch) > Karriere > Karriere starten
- [www.ringier.com](http://www.ringier.com) > Karriere
- [www.tamedia.ch](http://www.tamedia.ch) > Karriere

**Hinweis:** Weitere mögliche Tätigkeitsfelder und Funktionen im Medienbereich finden sich auf den Webseiten der Studiengänge, die auf diesem Merkblatt verlinkt sind. Auch die nachfolgend genannten Publikationen bieten weiterführende Informationen.

## 3. Quellen und weiterführende Informationen

- Netzwerk für junge Journalisten/-innen mit Hinweisen zu Praktika-Angeboten: [www.jjs.ch](http://www.jjs.ch)
- Perspektivenheft «Medien und Information», SDBB, 2024 (Studienrichtungen und Tätigkeitsfelder)
- Chancenheft «Medien und Information 1», SDBB, 2022 (Weiterbildung und Laufbahn)
- [www.berufsberatung.ch](http://www.berufsberatung.ch) > Aus- und Weiterbildung
- [www.berufsberatung.ch/kommunikation](http://www.berufsberatung.ch/kommunikation) > Aus- und Weiterbildung > Hochschulen > Studiengebiete > Sprache, Literatur, Kommunikation, Information > Journalismus und Organisationskommunikation
- [www.berufsberatung.ch/kommunikations-medienwissenschaft](http://www.berufsberatung.ch/kommunikations-medienwissenschaft) > Aus- und Weiterbildung > Hochschulen > Studiengebiete > Sprache, Literatur, Kommunikation, Information > Kommunikations- und Medienwissenschaft
- Übersicht über Schweizer Zeitungen, Zeitschriften und Presseagenturen: [www.zeitung.ch](http://www.zeitung.ch)

Dieses Merkblatt online:

[www.be.ch/biz-publikationen](http://www.be.ch/biz-publikationen) > Infoblätter und Broschüren > Laufbahn, Weiterbildung  
oder direkt über den QR-Code:

