



Universität  
Zürich<sup>UZH</sup>

Institut für Kommunikations-  
wissenschaft und Medienforschung



# Kommunikations- wissenschaft studieren und dann?

Karrierewege im Porträt

# Kommunikationswissenschaft studieren und dann?

Das Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich (IKMZ) gehört mit rund 1'200 Studierenden zu den grössten kommunikationswissenschaftlichen Instituten in Europa.

Das IKMZ zählt international nicht nur zu den grössten, sondern auch zu den renommiertesten: Das belegen einschlägige Hochschul-Rankings. Wir betreiben Kommunikationswissenschaft und Medienforschung als sozialwissenschaftliches Fach mit interdisziplinären Bezügen und Kooperationen. In unseren Bachelor- und Master-Studiengängen vermitteln wir die ganze Bandbreite des Fachs und setzen Schwerpunkte bei aktuellen Themen wie dem digitalen Wandel der Medienöffentlichkeit oder der Künstlichen Intelligenz in verschiedenen Phasen des Kommunikationsprozesses.

Zahlreiche interessierte Schüler:innen und Studierende stellen uns jedes Jahr die Frage, was sie nach dem Studium der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung arbeiten können. Die Antwort auf diese Frage ist komplex und genauso vielfältig und individuell wie die Karrierewege unserer Absolventinnen und Absolventen. Unsere kommunikationswissenschaftlichen Studiengänge bereiten nämlich nicht gezielt auf ein bestimmtes Berufsfeld vor, sondern bieten eine breite Grundlage für eine →

Die Studienprogramme in «Publizistik- und Kommunikationswissenschaft» heissen heute «Kommunikationswissenschaft und Medienforschung». Das spezialisierte Masterprogramm «Kommunikationsmanagement und Kommunikationsforschung» entspricht inhaltlich dem heutigen Masterprogramm «Strategische Kommunikation & Management».



Studium als Grundlage für eine Vielzahl von Tätigkeiten

Vielzahl von Tätigkeiten. Eine Recherche aller Masterabsolvierenden aus den Jahren 2016-2021 verdeutlicht dies: Viele machen Karriere in Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, Regierungsbehörden oder Non-Profit-Organisationen. Sie sind in der strategischen Kommunikationsplanung, der Medienarbeit und der Beziehungspflege zwischen Organisationen und der Öffentlichkeit tätig.

Kommunikationswissenschaftler:innen bringen aber auch ein Verständnis für Zielgruppen und Kommunikationsstrategien mit und sind daher in Marketing- und Werbeagenturen gefragt. Unsere Absolventinnen und Absolventen arbeiten zudem in Medien-, Meinungs- und Marktforschungsunternehmen, wo sie Daten analysieren, um Unternehmen bei strategischen Entscheidungen zu unterstützen. Ebenso sind sie im Bereich Politik und öffentliche Verwaltung oder der Unternehmensberatung zu finden.

Einige Absolventinnen und Absolventen entscheiden sich aber auch für Karrieren im Journalismus, in der Medienproduktion oder im Medienmanagement. Ein Abschluss in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung kann nicht zuletzt auch den Weg zur wissenschaftlichen Forschung und Lehre an Universitäten ebnen.

Die sehr hohe Beschäftigungsquote von 95% ein Jahr nach Abschluss zeigt, dass die Nachfrage nach kommunikations- und medienbezogenen Kompetenzen kontinuierlich ausgesprochen hoch ist. Befragungen zeigen zudem, dass unsere Absolvierenden überdurchschnittlich oft ihren Traumjob finden, der genau ihren Wünschen und Erwartungen entspricht.

Für welchen Karriereweg sie sich entscheiden, liegt schlussendlich an persönlichen Vorlieben und Stärken einerseits, andererseits an den praktischen Erfahrungen, der Vernetzung und auch Auslandsaufenthalten während



der Studienzeit. Dies illustrieren die zwölf Porträts aus dieser Broschüre eindrücklich. Sie belegen: die Berufsaussichten sind hervorragend. Kommunikations- und Medienspezialistinnen und -spezialisten werden stark nachgefragt!

Wir wünschen viel Spass beim  
Lesen der Porträts!

**Mark Eisenegger**  
Studienprogrammdirektor



**Stefanie Hangartner**  
Studienprogrammkoordinatorin



**Franziska Fecher**  
Studienberaterin



# Studienangebot

Unsere Bachelor- und Master-Studienprogramme

## Kommunikationswissenschaft & Medienforschung

Bachelor

**Umfang** 120 ECTS (Major) / 60 ECTS (Minor)

**Sprache** Deutsch

- Inhalte**
- Medienpolitik, Medienökonomie, Medieninhalte, Mediennutzung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung
  - Sozialwissenschaftliche Theorien, Methoden der empirischen Kommunikationsforschung, Statistik und Datenanalyse

## Kommunikationswissenschaft & Medienforschung

Master (aufbauend)

**Umfang** 90 ECTS (Major) / 30 ECTS (Minor)

**Sprache** Deutsch

- Inhalte**
- Vertiefung von Themen aus der gesamten Bandbreite des Fachs: Medienpolitik, Medienökonomie, Medieninhalte, Mediennutzung, Medienproduktion, Medienmanagement, Medienrezeption und Medienwirkung
  - Fortgeschrittene Statistik und Forschungsmethoden

## Strategische Kommunikation & Management

Master (spezialisiert)

**Umfang** 90 ECTS (Major)

**Sprache** Deutsch

- Inhalte**
- Wie werden Kommunikationsstrategien entwickelt? Welche Rolle spielt dabei der gesellschaftliche Wandel?
  - Welche Wirkung lässt sich bei unterschiedlichen Zielgruppen feststellen?
  - Wie unterscheiden sich Kommunikationsstrategien verschiedener Organisationen und warum?
  - Fortgeschrittene Statistik und Forschungsmethoden

## Politische Kommunikation & Governance

Master (spezialisiert)

**Umfang** 90 ECTS (Major)

**Sprache** Deutsch

- Inhalte**
- Welche Effekte hat die Nutzung unterschiedlicher Medien auf die politische Meinungs- und Einstellungsbildung? Welche Rolle spielen dabei soziale Medien?
  - Welche Rolle spielen Google oder Facebook bei der Auswahl, Verbreitung und Darstellung politischer Inhalte und wie kann das Handeln dieser Akteur:innen reguliert werden?
  - Welche Gefahren und Chancen ergeben sich durch den digitalen Wandel für die Gesellschaft?
  - Fortgeschrittene Statistik und Forschungsmethoden

## Internet & Society

Master (spezialisiert)

**Umfang** 120 ECTS (Mono)

**Sprache** Englisch

- Inhalte**
- Wie nutzen Menschen digitale Medien und mit welchen Auswirkungen auf individueller und gesellschaftlicher Ebene?
  - Wo bestehen digitale Ungleichheiten, warum gibt es sie und wie können wir sie überbrücken?
  - Wie sind Online-Debatten über gesellschaftlich wichtige Themen strukturiert und wie können sie erforscht werden?
  - Fortgeschrittene Statistik und Forschungsmethoden

## Weitere Angebote

Beteiligung an weiteren Masterprogrammen

- Fachdidaktik Medien und Informatik (Joint Degree, 90 ECTS)
- Sozialwissenschaften (Minor, 30 ECTS)
- Methods-Data-Society (Minor, 30 ECTS)

Studieren im Ausland

- Partnerunis auf der ganzen Welt
- Auslandsaufenthalt kann in das Studium integriert werden
- Hervorragende Beratung und Unterstützung bei der Planung

Doktorat

- Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (12 ECTS)

## Was ist Kommunikationswissenschaft und Medienforschung?

Kommunikation und Medien prägen das menschliche Zusammenleben tiefgreifend. Im Studium der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung lernt man deshalb sozialwissenschaftliche Theorien kennen, mit denen sich menschliches Handeln und gesellschaftliche Entwicklungen in der digitalisierten Medienwelt verstehen lassen. Wir untersuchen, wie Kommunikation und Medien in digitalen Gesellschaften aussehen und sich wandeln – mit Blick auf Journalismus, PR, Marketing und Werbung in TV, Printmedien, Internet und Sozialen Medien.

## Was sind Voraussetzungen für das Studium?

Wichtige Voraussetzungen für das Studium der Kommunikationswissenschaft sind das Interesse an Medien, deren Produktion, Nutzung und Wirkung auf die Gesellschaft, die Freude am Lesen wissenschaftlicher Texte und die Neugier für gesellschaftliche Phänomene und deren empirische Untersuchung.

## Wie wird geforscht?

Wir verstehen Kommunikationswissenschaft als Sozialwissenschaft. Wichtige Forschungsinstrumente sind qualitative (z.B. Interviews) und quantitative (z.B. Umfragen) Methoden. Statistik ist ein wichtiges Hilfsmittel, um die erhobenen Daten auszuwerten.

## Warum am IKMZ studieren?

Das IKMZ ist eines der grössten und anerkanntesten kommunikationswissenschaftlichen Institute in Europa. Es belegt regelmässig einen Spitzenplatz in Hochschul-Rankings. Unsere Lehre ist von hoher didaktischer Qualität.

## Wo arbeiten unsere Absolvierenden?

- Kommunikationsabteilungen von Unternehmen, öffentlichen oder Non-Profit-Organisationen
- Marketing- und Werbeagenturen
- Medien-, Meinungs- und Marktforschungsunternehmen
- Politik und öffentliche Verwaltung
- Journalismus und Medienproduktion
- Medienmanagement und Medienvermarktung
- Forschung und Lehre an Hochschulen

## Wie sind die Jobaussichten?

95% der Absolvierenden sind 1 Jahr nach Abschluss berufstätig



EHA Bundesamt für Statistik und Absolvierendenbefragung IKMZ

# Es gibt keinen perfekten Lebenslauf

**1987** geboren  
**2003-2006** Banklehre mit Berufsmaturität, SNB  
**2006-2007** Passerelle (eidg. Matura)  
**2007-2008** Militärdienst (Durchdiener)  
**2008-2011** European Film Actor School  
**2008-2016** diverse Nebenjobs (Finanzen, Gastro, Flugbranche etc.)  
**2009-2016** Freelancer Schauspiel, Filmproduktion, Regieassistentz  
**2015-2018** Filmkritiker, Maximum Cinema  
**2016** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Filmwissenschaft, UZH  
**2016-2018** Verantwortlicher Marketing, Kommunikation & Sales, Crossiety  
**2018** Master in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Filmwissenschaft, UZH  
**seit 2018** Vorstand, Maximum Cinema  
**seit 2018** Mitglied der Geschäftsleitung, Crossiety  
**seit 2020** Co-Founder & Produzent Filmpodcast, Maximum Cinema  
**seit 2020** CEO, Crossiety

## Erklär doch nochmal genau, was du als CEO bei Crossiety machst?

Crossiety ist eine lokale und vertrauenswürdige Kommunikationsplattform für Gemeinden und Städte. Als CEO liegt mein Hauptfokus auf der Entwicklung und Umsetzung der Unternehmensstrategie. Dabei analysiere ich den Markt, identifiziere Chancen und treffe strategische Entscheidungen. Ich führe ein Team von talentierten Mitarbeitenden und Sorge für eine effektive Zusammenarbeit und Motivation. Ausserdem bin ich auch im Vertrieb aktiv und arbeite eng mit unseren Kund:innen zusammen, um ihre Bedürfnisse zu verstehen und massgeschneiderte Lösungen anzubieten. Ein weiterer wichtiger Aspekt meiner Rolle ist die finanzielle Verantwortung, einschliesslich der Budgetierung, des Controllings und der Sicherstellung einer gesunden finanziellen Entwicklung des Unternehmens.

## Hättest du während des Studiums gedacht, dass du einmal diesen Beruf ausüben wirst?

Nein, überhaupt nicht. Mein Ziel anfangs des Studiums war es, nach dem Master in der Filmproduktion oder beim Fernsehen zu arbeiten. Ich hatte nie erwartet, dass ich einmal als CEO in einem Tech-Unternehmen arbeiten würde. Das Leben brachte jedoch unerwartete Wendungen und Chancen mit sich. →



Joel Singh | CEO, Crossiety



«Mein Studium hat mir eine Vielzahl von Fähigkeiten vermittelt, die mir heute als CEO sehr nützlich sind»

#### **Wie bist du zu deinem heutigen Job gekommen und was waren besondere Herausforderungen auf diesem Weg?**

Ich war gerade dabei, meinen Bachelor abzuschliessen, und suchte nach Jobmöglichkeiten in der Medienbranche. Dabei stiess ich zufällig auf eine Stellenanzeige von «Crossiety». Ich bewarb mich und erhielt den Teilzeitjob, der sich gut eignete neben meinem Masterstudium. Nach zwei Jahren wurde ich in die Geschäftsleitung aufgenommen und nach vier Jahren kriegte ich das Angebot, den Job des CEOs zu übernehmen. Der Weg zum CEO war aber sicherlich nicht ohne Herausforderungen. Gerade die Zeit während des Masterstudiums war streng und brauchte viel Selbstdisziplin. Es hat sich aber gelohnt. Denn ich habe schnell gemerkt, dass dieser Job genau das Richtige für mich ist.

#### **Was gefällt dir am meisten an deinem heutigen Job?**

Ich schätze besonders die Abwechslung. Jeder Tag ist anders und bringt neue Herausforderungen mit sich. Ich habe die Möglichkeit, das Unternehmen aktiv mitzugestalten und positive Veränderungen voranzutreiben. Die Führung eines Teams ist auch äusserst

befriedigend, weil ich mein Wissen und meine Erfahrungen weitergeben und talentierte Menschen fördern kann. Nicht zuletzt liebe ich es, die strategische Ausrichtung des Unternehmens festzulegen und die Zukunft von Crossiety aktiv zu gestalten.

#### **Hast du im Studium Fähigkeiten erworben, die dir heute besonders helfen?**

Ja, mein Studium hat mir eine Vielzahl von Fähigkeiten vermittelt, die mir heute als CEO sehr nützlich sind. Ich habe gelernt, durch analytische Fähigkeiten und problemlösendes Denken fundierte Entscheidungen zu treffen. Vor allem habe ich aber im Studium ein grundlegendes Verständnis für Medien- und Kommunikationstheorien erlangt, was mir bei der strategischen Planung und Analyse des Unternehmensumfelds zugutekommt. Dieses Wissen kann ich im Konkreten auch nutzen, um das Unternehmen in Bezug auf Marketing und Kommunikation besser zu positionieren.

#### **Wenn du heute auf dein Studium zurückblickst, würdest du etwas anders machen?**

Nein, im Grossen und Ganzen würde ich wohl nichts anders machen. Selbstverständlich hätte ich gerade in der Anfangszeit als CEO von einem Nebenfach wie Betriebswirtschaft profitieren können. Dieses fehlende Wissen musste ich mir 'on the job' selbständig erarbeiten. Die Wahl meines Hauptfachs ist aber mehr als passend für meine aktuelle Position, und auch wenn mein Nebenfach keinen direkten Einfluss auf meine heutige Karriere hatte, bereue ich es nicht. Im Gegenteil. Als Arbeitgeber finde ich es sogar spannend, wenn Kandidatinnen und Kandidaten diverse Erfahrungen gesammelt haben.

#### **Möchtest du unseren Studierenden noch etwas mit auf den Weg geben?**

Ich hatte in meinem bisherigen Leben das Privileg, in vielen Branchen und in ganz unterschiedlichen Positionen zu arbeiten. Die vielen Erfahrungen, die ich dabei sammeln konnte, kommen mir heute definitiv zugute. Daher möchte ich euch ermutigen, während des Studiums auch praktische Erfahrungen zu sammeln. Insbesondere Startups bieten oft spannende Entwicklungsmöglichkeiten und eine steile Lernkurve.

Und: es gibt keinen perfekten Lebenslauf! Das Leben kann unvorhersehbare Wendungen nehmen, und manchmal führen sie zu unerwarteten Karrierewegen. Seid offen für Veränderungen und Chancen, auch wenn sie vielleicht nicht mit euren ursprünglichen Plänen übereinstimmen. Flexibilität und die Bereitschaft, sich anzupassen, sind extrem wichtige Eigenschaften in der heutigen Zeit. ○



# Das Studium eröffnet unterschiedlichste Berufsperspektiven

## Was machst du genau bei WIRZ?

WIRZ ist eine bekannte Werbe-, Kommunikations- und Kreativagentur. Ich arbeite dort als Junior Account Manager und begleite oder leite unterschiedlichste Kommunikationsprojekte, angefangen beim Kundenbriefing bis hin zur Auslieferung der finalen Plakate, Inserate sowie TV-Spots und der Nachbereitung des Projekts. Neben der Projektkoordination bin ich auch für das Kosten- und Zeitmanagement sowie für das projektbezogene Controlling verantwortlich. Kurz gesagt liegt es also in meiner Verantwortung, dass ein Projekt von A-Z umgesetzt wird, und zwar so, wie es sich die Kundinnen und Kunden wünschen. Bei den Projekten kann es sich um kleinste Werbemittel wie bspw. Inserate oder Werbung auf Social Media handeln, aber auch um grosse kanalübergreifende Kampagnen.

## Hättest du früher gedacht, dass du diesen Beruf einmal ausübst?

Nein, ehrlich gesagt überhaupt nicht. Ich hatte schon immer viele Interessen und wusste nie genau, was ich später mal machen möchte. Deswegen auch die Wahl des Studiengangs. Ich fand es super, dass das Studium so vielfältig ist und man danach unterschiedlichste Berufsperspektiven hat. Zudem braucht der Arbeitsmarkt analytisch starke Generalist:innen, die sich schnell in Themen einarbeiten und Projekte umsetzen können – egal ob es um Fake News, die sozialen Implikationen von Algorithmen, Influencer-Werbung oder die Diskussion des Klimawandels in den sozialen Medien geht. →

**1994** geboren

**2012** Matura, Einsiedeln

**2016** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Psychologie & Allgemeine Sprachwissenschaften, UZH

**2016-2017** Praktikum Marketingkommunikation, Globus AG

**2018-2020** Research Assistentin, Boyden Global Executive Search AG

**2020** Master in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Gender Studies, UZH

**2020** Praktikum Beratung, WIRZ Group AG

**2021-2022** Projektmanagerin, WIRZ Group AG

**seit 2022** Junior Account Managerin, WIRZ Group AG



### **Was gefällt dir besonders gut an deinem Job?**

Vieles. Zum einen bereitet mir auf jeden Fall die Zusammenarbeit mit unseren kreativen Köpfen und spannenden Kundinnen und Kunden wie beispielsweise Migros, WWF, Swiscom oder Schweiz Tourismus täglich Freude, aber auch die Verantwortung sowie die vielseitigen Aufgaben, die man hat. Dadurch, dass ich die Projekte selber leite bzw. koordiniere, kann ich mir so auch den Tag und meine Aufgaben selbst einteilen und planen und kein Tag ist wie der andere – man weiss nie genau, was einen erwartet.

### **Kannst du ein Praktikum als Berufseinstieg empfehlen?**

Ja, auf jeden Fall. Einerseits hat man so die Chance, wichtige Berufserfahrung zu sammeln. Im Kommunikationsstudium steht ja die wissenschaftliche Perspektive auf Kampagnen im Vordergrund. Die Erkenntnisse aus der Wirkungsforschung und das Verständnis des Zusammenspiels von Medien, Politik, Wirtschaft und Konsumentinnen und Konsumenten bilden dann aber die Basis, um die Entwicklung von Kampagnen im Rahmen eines Praktikums oder beim Berufseinstieg zu erlernen. Andererseits merkt man teilweise auch erst dann, was einen wirklich interessiert, gerade weil man durch das Studium eine Vielzahl von unterschiedlichen Möglichkeiten hat. Ich habe beispielsweise erst nach dem Bachelor während meines Praktikums in der Marketingkommunikation bei Globus von WIRZ gehört und mich anschliessend intensiver mit Kreativ-/Werbeagenturen und entsprechenden Berufsmöglichkeiten in dieser Branche auseinandergesetzt.

### **War die Wahl deines Nebenfachs relevant für die Berufswahl?**

Nein, überhaupt nicht. Dadurch, dass man mit dem Studium der Kommunikationswissenschaft ja sowieso schon sehr interdisziplinär unterwegs ist, habe ich die Nebenfächer komplett nach meinen Interessen gewählt und nicht gross darüber nachgedacht, ob mir diese später in der Berufswelt von Nutzen sein können oder nicht.

### **Hattest du eine genaue Vorstellung vom Studium der Kommunikationswissenschaft, als du begonnen hast?**

Nur bedingt. Als ich am Info-Tag der UZH von dem Studiengang gehört habe, hat er mich gleich angesprochen. Besonders fand ich damals interessant, dass es ein sehr breites und zukunftsorientiertes Studium mit vielen unterschiedlichen Berufsmöglichkeiten ist und Schwerpunkte wie strategische Kommunikation, Medienwirkungen und Medienpolitik behandelt, welche mich interessieren. Wie das Studium genau ablaufen wird und was die konkreten Themen sein werden, darüber habe ich mir ehrlich gesagt zu Beginn noch keine grossen Gedanken gemacht. Es hat dann aber meinen Vorstellungen sehr entsprochen.

### **Wie hat deine Familie reagiert, als du dich für das Studium entschieden hast?**

Sehr positiv. Sie haben mich allgemein immer sehr unterstützt, was meine Ausbildung und damit verbundene Entscheidungen betrifft. Bei der Kommunikationswissenschaft meinten sie aber, dass sie mich definitiv in diesem Bereich sehen und es toll sei, dass ich mich für ein zukunftsorientiertes Studium mit vielen Möglichkeiten entschieden habe.

### **Gab es für dich auch schwierige Situationen während des Studiums?**

Ja, wie wohl in jedem Studium gab es immer wieder einmal Phasen, in denen man lernen musste, mit Frust, Stress oder auch Ungewissheit umzugehen, sei das in den Prüfungsphasen, beim Schreiben von Seminar-/Bachelor-/Masterarbeiten oder auch in anderen Situationen. Am besten spricht man dann mit anderen Studierenden darüber. Dann merkt man, dass man mit seinen Problemen oft nicht allein ist, und kann sich gegenseitig austauschen, helfen oder unterstützen.

### **Hast du einen Rat für unsere Studierenden?**

Arbeite strukturiert und versuche, dir die Arbeit aufzuteilen. Alles auf den letzten Drücker zu machen kann gut gehen – muss aber nicht. Aber auch scheitern muss man lernen und das ist ok. Sei mutig, probiere vieles aus und mache, falls möglich, ein Austauschsemester. Versuche, neben dem Studium zu arbeiten, idealerweise bereits in einem Bereich, der dich interessiert und dich und deine Pläne weiterbringt. Aber vor allem: genieße die Studienzeit, die Flexibilität, Unabhängigkeit und tollen Menschen, welche einem in diesen Jahren begegnen! ○



«Sei mutig,  
probiere vieles aus»

# Im Studium lernt man selbstständig denken und kritisch zu hinterfragen

**1990** geboren  
**2009** Matura, Frauenfeld  
**2012** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Politikwissenschaft, UZH  
**2014** Master in Kommunikationsmanagement und Kommunikationsforschung & Politikwissenschaft, UZH  
**2014** Praktikum Corporate Brands, fischerAppelt GmbH Berlin  
**2015-2016** Trainee PR & Communications, PwC Schweiz  
**2016-2017** Marketing & Alumni Coordinator, Bain & Company Inc.  
**2017-2018** Weltenbummlerin und Bloggerin  
**seit 2018** Kommunikationsspezialistin und jetzt Kommunikationsleiterin Migros-Engagement beim Migros-Genossenschafts-Bund (MGB)

## Was genau sind deine Aufgaben bei der Migros?

Ich leite die Dachmarkenkommunikation des gesellschaftlichen Engagements der Migros-Gruppe.

## Was heisst das konkret?

Mein Team und ich tragen die Botschaften der Themenfelder des Migros-Engagements – Zusammenleben, Kultur, Bildung, Gesundheit, Klima & Ressourcen, Technologie & Ethik – in den Newsroom der Migros, machen Vorschläge für Stories, setzen diese auf verschiedenen Kommunikationskanälen um und verwenden dafür vielfältige Formate: von Video bis Print. Ich selbst entwickle hauptsächlich Strategien und Kampagnen, wie zum Beispiel die Weihnachtskampagne der Migros, und berate zahlreiche Interessensgruppen in den unterschiedlichsten Kommunikationsbelangen.

## Wie bist du zu deiner heutigen Stelle gekommen?

Nach einer längeren Auszeit – ich reiste 8 Monate durch ganz Süd- und Mittelamerika – kam ich zurück in die Schweiz und schickte genau eine Bewerbung raus: für eine befristete Stelle als Kommunikationsspezialistin in der Direktion Gesellschaft & Kultur beim Migros-Genossenschafts-Bund. Eine Mutterschaftsvertretung. Perfekt für mich – ich war damals noch so ein Freigeist. Es kam dann aber doch alles anders als erwartet: Knapp 9 Monate später bekam ich ein unbefristetes Jobangebot in einer anderen Abteilung beim Migros-Genossenschafts-Bund. →



Nicole di Natale | Leiterin Kommunikation gesellschaftliches Engagement, Migros-Genossenschafts-Bund

Ich übernahm neue Projekte, brachte mich überall proaktiv ein und knüpfte neue Kontakte. Ich war sehr ehrgeizig; und sicher halfen auch meine Disziplin und das viele Networking. 2020 wurde mir meine heutige Kaderstelle angeboten; zum ersten Mal in meinem Leben übernahm ich ein Team und fand mich darin total wieder.

### **Was sind Herausforderungen in deinem Job?**

Die Migros ist kompliziert (lacht). Nein, so schlimm ist es nicht, aber die Migros hat in der Tat eine sehr komplexe Unternehmensstruktur. Eine Folge davon sind zahlreiche



«Ich bin froh, dass ich in verschiedenen Branchen Luft geschnuppert habe»

Meetings, Gremien und Steuerungsausschüsse. Ich musste meinen Weg durch diesen Dschungel anfänglich erst finden. Es ist ein bisschen wie in der Politik – ich vergleiche meinen Job oft mit dem einer Lobbyistin.

### **Ab wann wusstest du, was du beruflich machen willst?**

Ich wusste lange nicht, was ich beruflich machen will. Damals im Studium hat mich das gestresst; heute bin ich froh, dass ich in verschiedenen Branchen Luft geschnuppert habe. Nach dem Master wohnte ich eine Zeit lang in Berlin und absolvierte ein Praktikum in einer Agentur. Das war pickelhart – und ich verdiente einmal gar nichts. Zurück in der Schweiz fing ich als Trainee in der Kommunikationsabteilung von PwC an und verliess den Wirtschaftsprüfer ein Jahr später wieder, ohne die Festanstellung, die mir angeboten wurde, anzunehmen. Danach führte mich das Leben zu Bain & Company, einer internationalen Unternehmensberatung. Zwar die falsche Branche für mich, doch die Skills, die ich mir dort aneignete, helfen mir noch heute. 2018, als ich meine Mini-Weltreise startete, wusste ich noch immer nicht, wo ich hingehöre. Erst bei der Migros habe ich gefunden, was ich gesucht habe. Und trotzdem – ich würde im Nachhinein nichts anders machen.

### **Gab es für dich auch schwierige Situationen während des Studiums? Wie bist du damit umgegangen?**

Ich glaube, man macht sich als Student:in einfach viel Druck wegen der Zukunft. Oder zumindest habe ich mir viel Druck gemacht. Finde ich nach dem Studium einen Job? Wird es eine Stelle sein, die mich herausfordert und mir Spass macht? Ich habe oft an meinen Fähigkeiten gezweifelt; mir eingeredet, dass ich für immer eine Theoretikerin bleiben und im richtigen Arbeitsleben nichts auf die Reihe bringen würde. Heute weiss ich, dass ich viel entspannter hätte sein können. Das Studium bereitet dich sehr wohl aufs Arbeitsleben vor – einfach anders, als du denkst. Im Studium lernt man, selbstständig zu denken, Dinge stets kritisch zu hinterfragen, logisch zu argumentieren und verschiedene Lösungsmodelle anzubieten. Und diese Skills helfen dann auch im Arbeitsleben!

### **Wenn du nochmal studieren würdest, würdest du etwas anders machen?**

Ich würde es noch viel mehr geniessen – und mir keinen Druck wegen meiner Zukunft machen!

### **Hast du Tipps für den Einstieg ins Berufsleben?**

Glaube an dich selbst. Gib dir Zeit, die richtige Branche oder den richtigen Job zu finden – du musst dich nicht unnötig stressen deswegen. Das «Trial and Error»-Prinzip funktioniert gut, probier's aus! Sei offen und neugierig. Und denk daran: Es ist nur ein Job – und nicht dein Leben. Eine gute Work-Life-Balance zu haben, ist key. ○



# Schaut bei der Studienwahl auf eure Interessen und Bedürfnisse

## Was sind genau deine Aufgaben bei der SRG?

Ich bin bei der Business Unit Sport tätig. Diese wirkt als Dienstleisterin für die Sportprogramme der sprachregionalen SRG-Sender SRF, RTS und RSI. Wir sind u. a. für den Erwerb der Übertragungsrechte an Sportveranstaltungen verantwortlich. Ich führe Verhandlungen mit Personen von Sportverbänden, Sportveranstaltungen, Sportrechte-Agenturen und anderen TV-Stationen. Wir beschaffen also die Inhalte fürs Programm. Als Teamleiter Marketing & Kommunikation bin ich zudem die erste Ansprechperson für die Mitarbeitenden aus diesem Bereich und führe das Team fachlich. Hauptsächlich geht es dabei um unser Partnermanagement sowie die Kommunikation von Sportrechte-Themen.

## Wie bist du zu deiner heutigen Stelle gekommen?

Ich habe direkt nach dem Studium die Chance erhalten, bei der SRG im Sport einzusteigen. Es hat wohl geholfen, dass ich zwischen Bachelor- und Masterstudium ein Praktikum bei SRF Sport absolviert habe. Die Leute kannten mich bereits. Klar ist aber auch, dass da etwas Glück dabei war, dass genau zu diesem Zeitpunkt eine Stelle frei wurde. Nach rund drei Jahren konnte ich mich nach einer kleinen Umstrukturierung der Abteilung intern weiterentwickeln und als Teamleiter Führungsaufgaben übernehmen. →

**1988** geboren

**2008** Matura, Wohlen

**2011** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Recht, UZH

**2012** Redaktionspraktikum bei SRF Sport

**2014** Master in

Kommunikationsmanagement und Kommunikationsforschung, UZH

**2014** studienbegleitend Tutor & studentischer Hilfsassistent, IKMZ, UZH

**2014-2017** Koordinator Sportrechte & Programm, Business Unit Sport SRG

**seit 2017** Teamleiter Marketing/Kommunikation & Projektleiter Sportrechte, Business Unit Sport SRG

### **Was findest du besonders spannend an deinem Job?**

Mein Job ist enorm vielfältig und abwechslungsreich. Ich bin mit Personen aus diversen Sportarten in Kontakt – vom Tennis, Handball, Turnen über die Leichtathletik bis hin zum Schwingen. Das sind alles Personen mit anderen Eigenschaften und Vorstellungen. Sich jeweils darauf einzustellen, um gemeinsam Lösungen zu finden, halte ich für besonders interessant. Zudem arbeiten wir in einem kleinen, aber sehr motivierten Team – diese Arbeit im Team ist für mich enorm wichtig und zentral für einen zufriedenstellenden Job.

### **Hast du dich für diese Themen bereits während des Studiums interessiert?**

Für den Sport, ja – Sport war schon immer das, was mich primär interessiert hat. Sport treiben, über Sport lesen und über Sport diskutieren. So habe ich dann z. B. auch meine Masterarbeit der Online-Sportberichterstattung gewidmet. Dass ich jetzt in der Sportrechte-Welt gelandet bin, war auch ein wenig Zufall. Ich hätte mir auch vorstellen können, redaktionell zu arbeiten. So wie sich das Ganze aber nun entwickelt hat, würde ich es nicht anders wollen.

### **Wie viele Bewerbungen hast du bisher geschrieben?**

Ganz ehrlich – für Festanstellungen nicht viele. Ich habe nach dem Studium drei Bewerbungen geschrieben, bei zwei davon ein Angebot erhalten und bei einem zuge schlagen.

### **Welche Kompetenzen, die du während des Studiums gelernt hast, helfen dir heute besonders im Beruf?**

Für den Berufseinstieg hat das Fachwissen sicherlich geholfen: Ich arbeite bei einem Medienunternehmen im Sportrechtbereich, was quasi die optimale Kombination meiner Studienfächer darstellt. Heute sind es aber viel mehr die im Studium erlernten «Soft Skills», die mir im Beruf helfen. Ich muss zum Beispiel in kurzer Zeit eine grosse

«Ich habe nach dem Studium drei Bewerbungen geschrieben, bei zwei davon ein Angebot erhalten und bei einem zuge schlagen»



Menge an Informationen verarbeiten und aufbereiten, analytisch denken und Prioritäten setzen. Auch die Zusammenarbeit im Team ist sehr wichtig.

### **Hattest du Frust im Studium und wie bist du damit umgegangen?**

Ich halte mich grundsätzlich für einen positiven Menschen – so richtig frustriert war ich wohl nie im Studium. Dabei hat mir mein Umfeld sehr geholfen. Wir hatten im Studium einen sehr guten Austausch untereinander. Einige Personen, die ich im Studium kennenlernen durfte, zählen noch heute zu meinen engsten Freunden. Ansonsten ist ja klar, was noch kommt: Sport hilft auch.

### **Möchtest du unseren Studierenden noch etwas mit auf den Weg geben?**

Ich persönlich halte die intrinsische Motivation für die Wahl des Studiums für zentral. Wenn ihr etwas studiert, das euch interessiert, und ihr später in diesem Bereich Fuss fassen könnt, hilft das, um da auch glücklich zu werden. Schaut dabei auf eure Interessen und Bedürfnisse und lasst euch nicht durch Aussenstehende beirren. Wichtig für das Studium der Kommunikationswissenschaft sind aber sicherlich das Interesse an Medien, deren Produktion, Nutzung und Wirkung auf die Gesellschaft und generell die Neugier auf gesellschaftliche Phänomene und deren Erforschung. Zudem: Wenn ihr während dem Studium einmal zu viel Druck verspürt, macht euch keine zu grossen Sorgen, es ist alles halb so wild! ○

# Das Schöne an meinem Job ist seine Vielseitigkeit

**1990** geboren

**2008** Matura, Küsnacht ZH

**2012** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Politikwissenschaft & Theorie und Geschichte der Fotografie, UZH

**2012** Praktikum, Kommunikationsabteilung Regierungsrat, Kanton ZH

**2013** Junior Communication Manager, swissnex San Francisco

**2015** Master in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Politikwissenschaft, UZH

**2019** Doktorat in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, UZH

**seit 2020** Oberassistentin, IKMZ, UZH

**2023** Forschungsaufenthalt, Universität Amsterdam

**ab 2024** Professorin für digitale Kommunikation & Datafizierung, Universität Freiburg/  
Fachhochschule Graubünden

## Welche Aufgaben gehören zu deinem Job am IKMZ?

Das Schöne und Spannende an meinem Job ist seine Vielseitigkeit. Die Studierenden kennen mich vor allem von meiner Lehre: Ich halte Vorlesungen oder Seminare und betreue Bachelor- und Masterarbeiten. Den grössten Teil meiner Arbeitszeit verbringe ich jedoch mit Forschung. Konkret heisst das, dass ich viel recherchiere und lese, Forschungsideen konzipiere, Datenerhebungen plane und durchführe, Daten analysiere und wissenschaftliche Artikel für internationale Fachzeitschriften schreibe. Dazu gehört auch viel Projektmanagement, da ich verschiedene Forschungsprojekte leite und am liebsten im Team forsche. Als Oberassistentin übernehme ich ausserdem gewisse Führungs- sowie Serviceaufgaben. So bin ich zum Beispiel auch Mentorin für Doktorierende oder habe mich als Vertreterin des wissenschaftlichen Nachwuchses in der Organisationsentwicklung am IKMZ engagiert. Ein zunehmend wichtiger Bereich ist schliesslich die Öffentlichkeitsarbeit, also die Aufbereitung wissenschaftlicher Ergebnisse für ein breiteres Publikum. Das heisst, ab und zu gebe ich auch Interviews oder nehme an Podiumsdiskussionen teil.

## Was ist für dich das Spannende an der Kommunikationswissenschaft?

Wie viele hatte ich nach der Matura Mühe, mich für ein Studium zu entscheiden, da ich sehr viele unterschiedliche Interessen hatte. Die Kommunikationswissenschaft vereint politische, technologische, soziologische und →



Sina Blassnig | Professorin für digitale Kommunikation & Datafizierung, Universität Freiburg und FHGR

«Die Kommunikationswissenschaft vereint politische, technologische, soziologische und psychologische Perspektiven auf drängende gesellschaftliche Fragen»



auch psychologische Perspektiven auf drängende gesellschaftliche Fragen und erlaubt es mir deshalb, bis heute meine breiten Interessen zu verfolgen. Ausserdem erforschen wir als Kommunikationswissenschaftler:innen sehr aktuelle Phänomene wie Polarisierung, Desinformation oder künstliche Intelligenz und tragen damit idealerweise zur gesellschaftlichen Diskussion zu diesen Themen bei.

#### **An welche Inhalte aus dem Studium kannst du dich heute noch besonders gut erinnern?**

Während die meisten meiner Mitstudierenden in die PR oder Organisationskommunikation wollten, hatte ich mich von Anfang an vor allem für politische Kommunikation und Journalismus interessiert – Bereiche, zu denen ich auch heute noch forsche. Veranstaltungen zu Populismus und Mediatisierung hatten mich dann auch für meine Masterarbeit und Doktorarbeit inspiriert.

#### **Was hat dir geholfen, erfolgreich durchs Studium zu kommen?**

Es ist mir bewusst, dass für viele vor allem der erfolgreiche Abschluss das Ziel ist. Aber ein Studium braucht aus meiner Sicht vor allem auch eine gewisse innere Motivation, inhaltliches Interesse und Neugier. Ich habe mir diese immer auch durch die Kombination des Studiums mit Nebenjobs, Praktika oder Tutoraten geholt. Ausserdem zwei simple Tipps: Lest immer den Syllabus und lest die vorgeschlagenen Texte – Letzteres nicht nur für die Prüfung, sondern für euch selbst.

#### **Warum hast du dich für eine wissenschaftliche Karriere entschieden?**

Das war bei mir ein schrittweiser Prozess. Ich hatte mich schon während dem Studium für die Forschung interessiert, konnte als Tutorin am IKMZ Einblicke in verschiedene Forschungsprojekte gewinnen und hatte grossen Spass daran, in meiner Masterarbeit ein eigenes Forschungsprojekt umzusetzen. Allerdings war ich lange unsicher, ob ich tatsächlich eine wissenschaftliche Karriere verfolgen möchte, und hatte in Praktika und Nebenjobs auch in andere Bereiche «hineingeschnuppert». Ich konnte mir lange nicht konkret vorstellen, wie eine wissenschaftliche Karriere aussieht, und hatte auch keine Vorbilder in meinem persönlichen Umfeld. Deshalb war für mich neben meinem inhaltlichen Interesse auch entscheidend, dass ich am IKMZ von mehreren Forschenden gefördert und ermutigt wurde, diesen Weg einzuschlagen. Das ist etwas, das ich nun als Forscherin auch selbst gerne weitergeben möchte.

#### **Was sind Herausforderungen?**

Die Kehrseite der grossen Freiheit und des Gestaltungsraums, den man als Forscherin hat, ist, dass man einerseits eine grosse Selbstdisziplin und innere Motivation braucht. Andererseits muss man lernen, sich abzugrenzen und Zurückweisungen, zum Beispiel, wenn ein Artikel von einer Fachzeitschrift abgelehnt wird, nicht persönlich zu nehmen. Die grösste Herausforderung aus meiner Sicht ist jedoch die Flexibilität und Mobilität, die der wissenschaftliche Arbeitsmarkt von einem verlangt. Es gibt sehr wenige unbefristete Stellen in diesem Bereich und einen hohen Konkurrenzdruck. Ich war deshalb lange unsicher, ob ich das wirklich möchte, auch weil ich aus privaten Gründen gerne längerfristig in der Schweiz bleiben wollte.

#### **Was sind deine Ziele für die Zukunft?**

Zu Beginn des nächsten Jahres trete ich eine Professur für Digitale Kommunikation und Datafizierung an der Universität Freiburg in Kooperation mit der Fachhochschule Graubünden an. Das heisst, ich werde ein eigenes Forschungsteam aufbauen, das sich mit Themen rund um die Rolle von Daten, technologischen Entwicklungen und Innovation für Medien, Journalismus und Kommunikation befassen wird. Zum Beispiel: Welche Konsequenzen haben technologische Entwicklungen und KI für die Produktion, Verbreitung und Nutzung von journalistischen Inhalten? Und wie können digitale Kommunikationstechnologien verantwortungsvoll eingesetzt werden, damit sie sowohl für die Medienorganisationen als auch für die Nutzer:innen und die Gesellschaft als Ganzes einen Mehrwert bringen? Inhaltlich möchte ich mit meiner Forschung zur Lösung solcher und ähnlicher gesellschaftlich relevanter Fragen beitragen. Darüber hinaus möchte ich das Privileg dieser unbefristeten Position als Professorin nutzen, um mich für den wissenschaftlichen Nachwuchs einzusetzen. ○



# Statistik ist ein wichtiges Werkzeug

## Erklär doch nochmal genau, was du bei Webrepublic machst?

Bei der Webrepublic bin ich als Consultant Programmatic Advertising tätig. Meine Aufgabe besteht darin, Werbekampagnen zu planen, umzusetzen und am Schluss dem Kunden zu präsentieren. Dabei decken wir Druck- und digitale Medien ab. Wir entscheiden zum Beispiel, welche Kommunikationsmassnahmen in welchen Kanälen am meisten Erfolg versprechen und den Vorstellungen der Kund:innen am besten entsprechen. Neben der kundentorientierten Arbeit versuchen wir uns ständig weiterzuentwickeln, indem wir Prozesse hinterfragen, neuen Technologien auf der Spur bleiben und neue Standards setzen. Die Rolle eines Consultant Programmatic Advertising deckt also mehr als nur das Beraten von Kunden ab, wie es der Name vielleicht vermuten lässt.

## Hast du dich für diese Themen bereits während des Studiums interessiert?

Während dem Studium habe ich mich sehr für digitale Technologien und Onlinemedien als Forschungsobjekt interessiert. Bei der Wahl der Kurse habe ich immer auf solche Themen geachtet und auch meine Masterarbeit darauf ausgelegt. Einen praktischen Einblick habe ich dann während meinem zweiten Praktikum bekommen, wo ich ein Jahr lang bei einem Technologieunternehmen für mobile Werbung mitwirken durfte. Die Nutzung von Daten und Technologie fasziniert mich seither. →

1990 geboren  
2011 Matura, Zürich  
2011-2012 Militärdienst bei der Infanterie  
2016 Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, Ethnologie & Psychologie, UZH  
2019 Master in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Gender Studies, UZH  
2016-2021 Praktika im Kommunikationsbereich und Anstellung im E-Commerce  
seit 2022 Consultant Programmatic Advertising bei Webrepublic  
seit 2023 Internetoffizier beim Fachstab Luftwaffe (auftragsbasiert)



### Wie bist du zu deinem aktuellen Job gekommen?

Im erwähnten Praktikum wechselte ein Arbeitskollege zur Webrepublic und hat mir das Unternehmen damals schon empfohlen. In den Folgejahren warf ich immer wieder einen Blick aufs Team und entdeckte immer mehr bekannte Gesichter – einige vom Studium, aber auch alte Bekannte und ehemalige Arbeitskolleginnen und -kollegen – alles Leute, mit denen ich mich gut verstand. Als ich bei meinem letzten Job keine Entwicklungsmöglichkeit mehr sah, nutzte ich die Chance, den Sprung ins Programmatic Advertising zu wagen, bewarb mich auf eine offene Stelle und schrieb die bekannten Gesichter im Vorfeld an. Das hat sich gelohnt, die persönlichen Beziehungen haben hier weitergeholfen und ich habe das Gefühl, endlich den richtigen Job gefunden zu haben!

### Musstest du viele Bewerbungen schreiben, um einen Job zu finden?

Bei den Praktika waren es jeweils eine Handvoll von Bewerbungen und Gespräche bis zur Praktikumsstelle. Bei der ersten Festanstellung waren es weniger und bei der aktuellen Stelle sogar nur ein Bewerbungsschreiben. Zusammengefasst hatte ich immer etwas Glück und kam meistens mindestens zu einem Kennenlerngespräch.

### Was gefällt dir besonders an deinem Beruf?

Zum einen schätze ich die Abwechslung und die Anforderungen, die der Beruf stellt, sehr. Der Bereich Onlinewerbung entwickelt sich immer weiter und um erfolgreich zu bleiben, muss man immer am Ball bleiben. Zum anderen bin ich sehr froh, dass ich mit einer Datengrundlage arbeiten und Entscheidungen basierend auf Erkenntnissen, Experimenten etc. treffen kann. Das Studium hat mir hierfür z. B. mit der Statistik wichtige Werkzeuge an die Hand gegeben. Der systematische Umgang mit Daten und die technologischen Möglichkeiten sind für mich sehr spannend. Kurz zusammengefasst kann ich mich hier optimal weiterentwickeln und was ich mache, hat auch einen Impact.

### Was war für dich das Schwierigste am Berufseinstieg?

Am Anfang meiner Festanstellung fand ich es schwierig, den Studi-Status hinter mir zu lassen und mich als vollwertige Arbeitskraft durchzusetzen, mehr Mut zu beweisen. Während der Praktika habe ich den Studi-Status schon sehr gespürt, wobei ich denke, dass das etwas dazugehört. Eigeninitiative kann hier aber helfen!

### Welche Kompetenzen, die du während des Studiums erworben hast, helfen dir heute besonders im Job?

Ganz allgemein, das analytische Denken hat mir immer geholfen und einen Vorteil verschafft. Weiter haben das wissenschaftliche Arbeiten und die ersten Schritte in der empirischen Forschung, also der Umgang mit Daten, deren Erhebung und Auswertung,



«Im Studium habe ich gelernt, auf eine solide Datengrundlage zu setzen und möglichst systematisch vorzugehen»

einen starken Einfluss darauf, wie ich meine aktuelle Tätigkeit ausführe. Im Studium habe ich dafür die richtigen Methoden und Werkzeuge gelernt und heute versuche ich immer, auf eine solide Datengrundlage zu setzen, auf bereits Bewährtem aufzubauen und möglichst systematisch vorzugehen.

### Möchtest du unseren Studierenden noch etwas mit auf den Weg geben?

Zum Ersten natürlich: Genießt die Zeit im Studium und seid stolz darauf, Teil der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung zu sein. Der Einstieg ins Arbeitsleben kann anstrengend sein und vielleicht geratet ihr auch mal an Praktika oder Stellen, die euch nicht so gut gefallen. Lasst euch dadurch aber nicht entmutigen. Retrospektiv kann ich sagen, dass ich aus jeder Erfahrung etwas Positives mitgenommen und auch viel über mich selbst gelernt habe. Und so wird es euch bestimmt auch gehen. Durch jede Berufserfahrung wisst ihr am Ende besser, was euch liegt (und was eher nicht). ○

# Mich fasziniert, welchen Stellenwert Medien in der Gesellschaft haben

**1992** geboren  
**2012** Matura, Zürich  
**2016** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Theorie und Geschichte der Fotografie, UZH  
**2016-2017** Trainee Marketing und Events, Kinoevent GmbH  
**2018-2021** wissenschaftliche Hilfsassistentin und Tutorin am IKMZ  
**2019-2020** Praktikantin Kommunikation und PR, Caritas  
**2021** Master in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung & Theorie und Geschichte der Fotografie, UZH  
**2021-2022** wissenschaftliche Assistentin, Psychologisches Institut ZHAW und Doelker-Tobler Stiftung  
**seit 2023** Projektverantwortliche und Fachperson Medienkompetenz, Stiftung Pro Juventute

## Was machst du genau bei Pro Juventute?


Ich arbeite im Bereich Medienkompetenz und habe dort eine Doppelfunktion. Als Projektverantwortliche bin ich zuständig für die Erarbeitung eines neuen Medienkompetenz-Tools, welches die Medienkompetenzen von Heranwachsenden auf Primar- und Sekundarstufe fördert. Das heisst, ich koordiniere die Forschung und die Entwicklung des Produkts und bin gleichzeitig operativ daran beteiligt. Andererseits gebe ich als Fachperson für Medienkompetenz in Klassen der Primar- und Sekundarschule in der gesamten Deutschschweiz Workshops zur Förderung eines gesunden, selbstbestimmten und verantwortungsbewussten Umgangs mit digitalen Medien. Im Zentrum stehen dabei Chancen und Risiken der Nutzung beispielsweise von Social Media, Streaming-Plattformen oder digitalen Games. Ausserdem führe ich Veranstaltungen für Eltern und Erziehungsberechtigte zum Umgang mit digitalen Medien im Familienalltag durch.

## Was gefällt dir besonders an deinem Job?

Bei vielen Aspekten der Produktentwicklung kann ich die wissenschaftlichen Grundlagen, die ich im Studium gelernt habe, bestens anwenden. So haben wir kürzlich eine Befragung mit Lehrpersonen sowie Expertinnen- und Experteninterviews durchgeführt, um zu erfahren, wie wir das digitale Tool am besten gestalten, damit es bei den Nutzenden gut ankommt und gleichzeitig von pädagogisch →



Patricia Skirgaila | Projektverantwortliche und Fachperson Medienkompetenz, Pro Juventute



«Ich möchte mich durch die Förderung eines positiven Umgangs mit digitalen Medien für das Wohl von Kindern und Jugendlichen einsetzen»

hoher Qualität ist. Vieles ist für mich aber auch neu – zum Beispiel die Verantwortung für ein Projekt zu haben und dieses nach agilen Methoden zu managen, oder auch die Entwicklung einer digitalen Lösung von Grund auf und bis zur Lancierung. Dies ist herausfordernd, befriedigt aber auch meinen grossen Wissensdurst – so kann ich jeden Tag meinen Horizont erweitern.

Als Fachperson bin ich täglich mit Schülerinnen und Schülern sowie Teams von Lehrpersonen und Schulsozialarbeiter:innen in Kontakt. Kein Workshop ist wie der andere – die Interessen und Kompetenzen der Kinder und Jugendlichen sind sehr breit gestreut und ich bin dafür verantwortlich, auf ihre Inputs und Fragen und diejenigen der Eltern spontan zu reagieren. Dafür muss ich selbst immer auf dem neusten Stand sein, was die Entwicklung digitaler Medien und Trends bei Kindern und Jugendlichen angeht. Dies auch, um gemeinsam mit meiner Kollegschaft – einem Team aus Sozialarbeiter:innen, Psycholog:innen, Erzieher:innen, und Kommunikationswissenschaftler:innen – das Konzept und die Inhalte der Veranstaltungen weiterzuentwickeln und aktuell zu halten.

### **Gab es für dich auch schwierige Zeiten, in denen du Probleme hattest, einen Job zu finden?**

Ich habe während meiner gesamten Studienzeit in verschiedenen Bereichen Praktika, Hilfs- und Nebenjobs gemacht – etwas, das ich allen Studierenden empfehle. Lange war für mich trotzdem nicht vollkommen klar, welchen konkreten Beruf ich nach dem Studium ausüben möchte – nicht, weil mich nichts interessierte, sondern eher, weil mich sehr vieles interessierte. Dies machte die Stellensuche nicht einfacher. In dieser Zeit haben mir vor allem Gespräche mit meiner Familie, Freunden und Mentor:innen geholfen zu erkennen, dass es wichtig ist, neben beruflichen auch die persönlichen Interessen im Blick zu behalten, Geduld zu haben und dem Bauchgefühl zu folgen. Zudem habe ich mich via LinkedIn und Berufsmessen über konkrete Möglichkeiten informiert und bin mit Personen in Kontakt getreten, die einen interessanten Lebenslauf haben und Stellen besetzen, welche mir entsprachen.

### **Warum hast du Kommunikationswissenschaft studiert?**

Ich war schon immer begeistert von Medien und digitalen Tools und Anwendungen und immer mehr auch fasziniert davon, welchen Stellenwert diese in unserer Gesellschaft einnehmen. Zudem bin ich sehr vielseitig interessiert, besonders an Menschen und sozialen Themen. Das Studium der Kommunikationswissenschaft deckt dies meiner Meinung nach perfekt ab.

### **Welche Bedeutung hatte während des Studiums ehrenamtliches Engagement für dich?**

Ich war im Fachverein des Studiengangs tätig und engagierte mich beim Erasmus Student Network, einer internationalen Studierendenorganisation zur Förderung der sozialen und persönlichen Integration von Austauschstudierenden. Dabei konnte ich verschiedene Tätigkeiten wie die Organisation von Events ausüben und viele interessante Personen kennenlernen. Dies war für mich auch persönlich sehr bereichernd.

### **Ab wann wusstest du, was du beruflich machen willst?**

Während des Masters hat sich zunehmend abgezeichnet, dass die Mediennutzung von Kindern und Jugendlichen das ist, was im Zentrum meiner beruflichen Zukunft stehen soll.

### **Hast du Ziele für die Zukunft?**

Ich möchte mich weiterhin für das Wohl von Kindern und Jugendlichen einsetzen, durch die Förderung eines positiven Umgangs mit digitalen Medien als Schlüsselkompetenz in unserer digitalen Gesellschaft. In welcher konkreten Form – dafür habe ich gelernt, offen zu bleiben. ○



# Arbeitserfahrung erleichtert den Einstieg in die Berufswelt enorm

## Warum hast du Kommunikationswissenschaft studiert?

Was nur wenige wissen: ich wollte eigentlich immer Sportmoderator werden. Die Sportberichterstattung der Tageszeitungen und die gängigen Sportkanäle waren mein täglicher Begleiter. Wie aber das Leben so spielt, verlor ich mein damaliges Ziel etwas aus den Augen. Meine Begeisterung für Medien blieb aber weiterhin bestehen. Am Studieninformationstag der UZH besuchte ich deshalb den Vortrag des IKMZ und entschied mich dann auch für das Studium dort. Mir wurde schnell klar, dass ich die richtige Wahl getroffen hatte – die Themenvielfalt hat mich begeistert!

## Wie sieht deine Arbeit bei der Ringier AG aus?

Als Marketing Manager bei der Blick-Gruppe arbeite ich primär an und mit der Marke «Blick». Wir sorgen für einen konsistenten Markenauftritt und entwickeln diesen weiter. Zudem sind wir für sämtliche Produkt-, Format- und Dachkampagnen mit Fokus Bekanntheitssteigerung und Markenimage zuständig. Wenn man also Werbung für Blick im öffentlichen Raum, in seinem Social Media-Feed oder im TV sieht, dann steckt unser Team dahinter.

## Wie bist du zu deiner heutigen Stelle gekommen?

Wohl gleich, wie man viele oft sagen hört: Ich bin da irgendwie reingerutscht. Richtungsweisend waren aber sicherlich meine beiden Praktika, die ich zwischen dem Bachelor und Master gemacht habe. Für je ein halbes Jahr hatte ich die Möglichkeit, zum einen bei einer Werbeagentur und danach bei SRF Werbekampagnen zu →

**1992** geboren  
**2012** Matura, Rämibühl  
**2016** Praktikum Beratung, Equipe AG  
**2017** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Politikwissenschaft, UZH  
**2017** Praktikum Marketing, Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)  
**2019** Junior Projektleiter Marketing Kommunikation, Migros-Genossenschafts-Bund  
**2020** Master in Kommunikationswissenschaft und Medienforschung & Politikwissenschaft, UZH  
**2021** Marketing Kommunikation Manager, Schweizerische Mobiliarversicherungsgesellschaft AG  
**seit 2021** Marketing Manager, Ringier AG, Blick-Gruppe

begleiten. Mit etwas Glück landete ich dann während meines Masterstudiums beim Migros-Genossenschafts-Bund (MGB) und nach meinem Abschluss bei der Mobiliar. Und man glaubt es kaum, aber auch da ging es vornehmlich um Werbung. Der Grundstein war also gelegt.

#### **Ab wann wusstest du, was du beruflich machen willst?**


Ehrlich gesagt wusste ich das erst sehr spät – und der Prozess ist wohl auch heute noch nicht vollends abgeschlossen. Dafür bin ich viel zu neugierig und die Themenfelder im Marketing viel zu zahlreich. Was ich aber ziemlich rasch bemerkte, ist, dass mich Fragestellungen in Zusammenhang mit dem Image von Unternehmen interessieren – ein Unternehmenswert, welcher ja massgeblich durch die Medien geprägt ist.

#### **Was hast du während des Studiums getan, um dich aufs Berufsleben vorzubereiten?**

Für mich waren die beiden Praktika nach dem Bachelor matchentscheidend, um einen guten Job während des Masterstudiengangs zu finden. Auch habe ich meinen Master anstatt in vier Semestern absichtlich auf fünf Semester aufgeteilt. So konnte ich mit einem tieferen Pensum pro Semester studieren und daneben mit einem höheren Pensum arbeiten. Das machte mich auf dem Arbeitsmarkt nicht nur attraktiver, sondern ich konnte auch für mich wichtige und fundierte Arbeitserfahrung sammeln. Mit diesem schön gefüllten Rucksack an relevanter Erfahrung liess sich nach dem Studium einfacher eine spannende Anschlusslösung finden.

#### **War deine Nebenfachwahl relevant für deinen heutigen Job?**

Auch wenn für manche Studierende die Nebenfachwahl einen Segen darstellt, mich hat es eher gebremst. Ich durfte zwar tolle Vorlesungen geniessen, deren Besuch ich heute nicht missen möchte, aber das Nebenfach war sehr zeitintensiv und ich hätte mich lieber mit all meiner Zeit

A portrait of a young man with short brown hair, smiling warmly at the camera. He is wearing a light blue button-down shirt. The background is a blurred city street with buildings and a railing.

«Besucht alle Vorlesungen, wenn immer möglich»

und Energie in die Kommunikationswissenschaft vertieft. Hätte es zu meiner Zeit einen Monobachelor und Monomaster am IKMZ gegeben, ich hätte diesen sofort gewählt.

#### **Hast du noch einen Rat für unsere Studierenden?**

Besucht alle Vorlesungen, wenn immer möglich. Ihr werdet später wohl kaum mehr die Möglichkeit haben, von so vielen Experten Wissen vermittelt zu bekommen – oder nur für sehr viel Geld. Sammelt zudem während eurem Studium relevante Arbeitserfahrung. Was ist schon ein Semester länger studieren, wenn man dafür daneben einen Job machen kann, der einen beruflich weiterbringt. Relevante Arbeitserfahrung erleichtert euch den Einstieg in die Berufswelt enorm. Und das Allerwichtigste: Habt Spass an eurem Studium und genießt euer Studierendenleben! ○



# Die gesellschaftliche Relevanz meiner Arbeit schätze ich sehr

## Warum hast du dich nach dem Studium der Soziologie für ein Doktoratsstudium in der Kommunikationswissenschaft entschieden?

Ich habe in meinem Soziologiestudium bereits einen Schwerpunkt auf Mediensoziologie gelegt und für mich war klar, dass ich nach dem Master noch ein Doktorat anhängen möchte. Ich hatte einfach noch nicht genug von dem universitären Umfeld und vor allem gab es noch vieles, an dem ich selbst forschen wollte. Die Kommunikationswissenschaft ist der Soziologie sehr nahe, zumal häufig mit den gleichen Theorien und methodischen Werkzeugen gearbeitet wird. Deshalb gab es bei dem Umstieg keine Probleme. Im Nachhinein wird mir nochmal bewusster, dass Interdisziplinarität in der Ausbildung wahnsinnig bereichernd ist.

## Was genau machst du beim Bundesamt für Kommunikation?

Beim BAKOM arbeite ich als Medienspezialistin im Bereich der Medienforschung. Ich gebe medienwissenschaftliche Forschungsprojekte in Auftrag, wie z. B. Programmanalysen von Radio und Fernsehen in der Schweiz. Diese Projekte begleite ich und arbeite teilweise auch selbst mit den erhobenen Daten, wenn es spezifische, aktuelle medienpolitische Fragen gibt, die eingeordnet werden müssen. In meinem Team versuchen wir zudem immer am aktuellen Stand der Forschung zu bleiben, entwickeln selbst Forschungsfragen und grössere Projekte, die wir schliesslich in die Wege leiten und betreuen. →

1990 geboren  
2008 Matura, Salzburg  
2013 Bachelor in Soziologie,  
Universität Salzburg  
2016 Master in Soziologie,  
Universität Salzburg  
seit 2016 Dozentin an verschiedenen  
Universitäten und Fachhochschulen  
in Österreich und der Schweiz  
2021 Doktorat in Publizistik- und  
Kommunikationswissenschaft, UZH  
2018-2022 Assistentin und  
Postdoktorandin, UZH  
seit 2022 Medienspezialistin,  
Bundesamt für Kommunikation  
BAKOM

### **Wann wusstest du, was du beruflich machen willst?**

So richtig wusste ich das eigentlich nie. Meine Studienfächer habe ich aus Interesse gewählt und mich nicht verunsichern lassen, wenn böse Zungen meinten, mit sozialwissenschaftlichen Ausbildungen würde man Schwierigkeiten bei der Jobsuche haben. Und dann hat das eine zum anderen geführt. Die Doktorats- und anschließende Postdoktoratszeit an der Uni habe ich genossen und so lange ausgekostet, wie ich mit Motivation und Freude dabei war. Irgendwann habe ich gemerkt, dass ich auch noch etwas anderes kennenlernen möchte. Und so bin ich dann beim Bundesamt für Kommunikation gelandet.

### **Wie bist du zu deiner heutigen Stelle gekommen?**

Ich hatte bereits während meines Doktoratsstudiums einige Kontaktpunkte mit dem BAKOM, sei es über Forschungsprojekte, an denen ich beteiligt war und die vom BAKOM beauftragt wurden, oder über persönliche Kontakte, die ich über die Zeit hinweg geknüpft habe. Meinen aktuellen Vorgesetzten habe ich beispielsweise auf einer wissenschaftlichen Konferenz kennengelernt, als ich noch an meiner Dissertation gearbeitet habe. Da die Berührungspunkte zum BAKOM für mich stets positiv waren, fiel mir die Entscheidung, die Stelle anzunehmen, auch nicht besonders schwer.

### **Was liebst du an deinem Job?**

An meinem Job mag ich ganz besonders, dass er sehr abwechslungsreich ist. Ich habe mit unterschiedlichen Medien(forschungs)themen und auch mit verschiedenen Menschen zu tun – sei es aus dem Forschungsbereich, der Verwaltung oder Politik. Am meisten schätze ich aber die gesellschaftliche Relevanz meiner Arbeit im Bereich der Medienpolitik. Beispielsweise, wenn wir uns mit der Frage beschäftigen, ob und wie Medien reguliert werden müssen, sodass sie ihrem Auftrag gegenüber der Bevölkerung gerecht werden. Mir ist immer schon wichtig gewesen, einen Sinn hinter meinem beruflichen Tun zu sehen.

### **Welche Fähigkeiten, die du im Studium erworben hast, kannst du heute im Job anwenden?**

Ich kann insbesondere mein methodisches Know-how in der Forschung umsetzen, wie auch mein angeworbenes Wissen über die Schweizer Medienlandschaft (was für mich als Österreicherin eben doch etwas Neues war). Auch wenn ich selbst nicht mehr aktiv forsche, kann ich wissenschaftliche Studien nur deshalb einordnen und verstehen, weil ich das methodische Vorgehen nachvollziehen kann. Abgesehen von den fachlichen Kompetenzen sind es vor allem die Fähigkeiten der Selbstorganisation, Selbständigkeit und Selbstsicherheit, die man im Laufe eines Studiums erwirbt und die ich im Berufsalltag tagtäglich benötige.

### **Möchtest du unseren Studierenden noch etwas mit auf den Weg geben?**

Für mich war die Studienzeit eine wunderbare Lebensphase, an die ich mich immer gerne zurückerinnere. Mein Rat ist deshalb: Geniesst die Studienzeit, hab Spaß am Studieren und knüpft Kontakte. Die besten Gespräche entstehen für gewöhnlich zwischen oder nach den Vorlesungen. Wählt eure Seminare und Vorlesungen nach Interesse und nicht, weil sie viele ECTS bringen. Ihr macht das Studium einzig für euch, entsprechend solltet ihr für euch persönlich das Wichtigste mitnehmen. Wenn irgendwie möglich: Arbeitet nicht zu viel neben dem Studium – es heisst nicht umsonst «Vollzeitstudium». Und: Nehmt euch nicht zu ernst – das macht das Leben sehr viel einfacher und lebenswerter. ○



«Wählt eure Seminare und Vorlesungen nach Interesse und nicht, weil sie viele ECTS bringen»

# Der Abschluss am IKMZ hat mir viele Türen geöffnet

**1989** geboren

**2008** Matura, Zug

**2013** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Populäre Kulturen, UZH

**2015** Master in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Populäre Kulturen, UZH

**2015-2016** Marketing-Assistent, myclimate

**2019** Doktorat in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, UZH

**2020** Senior Researcher und Expertengruppen-Koordinator, Akademien der Wissenschaften Schweiz

**seit 2021** Research Manager Online, Mediapulse AG

## **Kannst du uns etwas über deinen Arbeitgeber Mediapulse erzählen?**

Mediapulse erhebt Daten zur Nutzung von Fernsehen, Radio und Online-Angeboten im Schweizer Medienmarkt. Diese Daten sind eine wichtige Informationsquelle für die Medienbranche. Sie werden beispielsweise von Medienhäusern und Werbeagenturen genutzt, um ihre Programmgestaltung und Werbestrategien auf die Bedürfnisse der Konsumentinnen und Konsumenten anzupassen. Zudem können die Erhebungen zeigen, wie sich die Nutzung der Medien in der Schweiz verändert.

## **Was gefällt dir besonders an deinem Job?**

Als Research Manager bei der neu etablierten Schweizer Onlineforschung hat mein Job viele Ähnlichkeiten mit meinem grossen Hobby im Privatleben, dem Schach. Wir bewegen uns in einem komplexen Gefüge zwischen Auftraggebenden, Dienstleistenden und unseren wissenschaftlichen Ansprüchen an die Messung. Auf all diesen Ebenen müssen wir strategisch denken, uns auf verschiedenste Situationen vorbereiten und kleine wie grosse Entscheidungen mit vielfältigen Konsequenzen fällen. Und obwohl man vieles durchdenken kann, gibt es immer wieder Überraschungen, wodurch der Job stets spannend bleibt.

## **Warum hast du dich nach dem Master auch für einen PhD entschieden?**

Diese Weiche hat sich schon nach meinem Bachelor gestellt. Damals war ich nicht sicher, ob ich noch den →





Master anhängen oder bereits einen «richtigen» Job in der Privatwirtschaft suchen sollte. Gerade zu dieser Zeit startete der neue Lehrstuhl für Wissenschaftskommunikation am IKMZ und suchte nach einer studentischen Hilfskraft. Für mich ein absoluter Glücksfall, da ich auch privat sehr am Thema Wissenschaft interessiert bin. Ich erhielt die Stelle und konnte während des Masterstudiums viele positive Erfahrungen und Einblicke in die Wissenschaften mitnehmen. Als sich später die Chance ergab, in derselben Abteilung auch einen PhD zu machen, war es eine leichte Entscheidung.

**Würdest du sagen, dass sich dieser Abschluss auch auf deinen Karriereweg ausgewirkt hat?**

Auf jeden Fall! Der Abschluss am IKMZ hat mir viele Türen geöffnet: Arbeitgeber:innen schätzen den Mix aus Kompetenz und Repräsentativität, den ein PhD mitbringt. Einerseits ist man nach dem PhD erwiesenermassen jemand, der komplexe Projekte inhaltlich, aber auch formal von A bis Z durchdenken und durchziehen kann. Andererseits bin ich überzeugt, dass der Dokortitel «wirkt». Gerade in der Marktforschung sitzt man nicht nur irgendwo im stillen Kämmerchen, sondern tritt gegenüber Kund:innen und Dienstleister:innen auf, für die solch ein Titel zusätzlich Erfahrung in der Wissenschaft und im Projektmanagement ausstrahlt.

**Du hast deinen BA, MA und PhD am IKMZ gemacht – was hat dir besonders gefallen an unserem Institut?**

Im Studium konnte ich mich mit einem Fokus auf Wirkungsforschung und Forschungslogik immer weiter spezialisieren – das fand ich sehr motivierend. Und man muss einfach sagen: am IKMZ funktioniert alles. Für Studium und PhD ist es wichtig, dass man sich auf Inhalte konzentrieren kann und sich nicht mit zu viel Administration oder Unklarheiten rumschlagen muss – da ist das IKMZ einfach top. Ebenfalls sehr wichtig war für mich Zürich als Standort. Man merkt einfach (gerade im Sommer!), warum Zürich immer wieder auf den Listen der Städte mit hoher Lebensqualität ganz weit vorne steht.

**Als du damals mit dem Studium begonnen hast, wusstest du schon, was du beruflich machen wolltest?**

Ich wusste nicht mal sicher, was ich studieren wollte! Nach abgebrochenem Erststudium in Mathematik dachte ich vage, dass es mich in Richtung Journalismus ziehen wird, und sattelte daher auf Kommunikationswissenschaft um. In den Vorlesungen merkte ich jedoch schnell, dass der Job als Journalist für mich vielleicht nicht der optimale Job ist, weil der Arbeitsmarkt durchaus unsicher ist. Danach dachte ich, ich würde irgendwo im Marketing landen. Ich wusste, dass bei der Berufswahl wahrscheinlich eine Phase von Trial-and-Error folgen würde, bis ich finde, was mir wirklich Spass macht.

«Viele Fähigkeiten aus dem Studium wie strukturiertes Denken und die Fähigkeit, sich in Themen einzuarbeiten, werden euch weit bringen»



**Wie hast du dann letztendlich zu deinem heutigen Job gefunden?**

Nachdem ich gut ein Jahr Senior Researcher und Koordinator einer Expertinnen- und Expertengruppe bei den Akademien der Wissenschaften Schweiz war, wollte ich wieder mehr mit Daten arbeiten und mich in der Marktforschung probieren. Da ich nebenbei bereits angefangen hatte, selbstständig als Freelance Data Scientist und Research Consultant zu arbeiten, hatte ich ein gutes Portfolio am Start. Selbst Blindbewerbungen liefen entsprechend sehr gut, doch die im IKMZ-Newsletter ausgeschriebene Stelle bei Mediapulse war durch den Fokus auf den Aufbau einer neuen Schweizer Online-Forschung einfach am attraktivsten.

**Hast du für unsere Studierenden einen Rat für den Einstieg in die Berufswelt?**

Wer kann, sollte sich ergänzend zum Studium Berufserfahrung oder weitere Hard-Skills wie z. B. Kenntnis einer (Programmier-)Sprache aneignen. Aber selbst wenn das nicht möglich ist, seid versichert: Sehr viele Fähigkeiten aus dem Studium wie strukturiertes Denken, die Fähigkeit, sich in Themen einzuarbeiten, und eure Kommunikationsfähigkeiten werden euch weit bringen. Der Rest ist 'learning on the job'. Aber dass ihr lernfähig seid, habt ihr ja dann schon bewiesen. ○



# Spezialist:innen in der Kommunikation braucht es in jedem Unternehmen

## Warum hast du dich für das Studium der Kommunikationswissenschaft entschieden?

Ich wusste zunächst nicht genau, was ich nach meinem Schulabschluss eigentlich machen möchte und wo ich mich beruflich sehe. Es gab so viele Optionen. Dafür bin ich einerseits dankbar und andererseits überforderte mich das auch etwas. Ich fand es spannend, wie Kommunikation und Sprache funktionieren und welchen Einfluss Medien haben können. Mit den Zahlen hatte ich es weniger, aber Statistik habe ich trotzdem erfolgreich gemeistert. Nach dem Studium merkt man dann, dass das Verständnis von Statistik und Forschungsmethoden es erst ermöglicht, fundierte Empfehlungen zu geben und so Entscheidungsträger:innen bei der Entwicklung von Kommunikationsmassnahmen und Unternehmensstrategien zu unterstützen. Ein anderer Grund war, weil man mit dem Studium in viele Berufsfelder und Branchen kann. Und weil Zürich eine coole Stadt ist.

## Hast du im Studium Fähigkeiten erworben, die dir heute besonders helfen?

Ich denke, am meisten hat mir das Studium beigebracht, diszipliniert und strukturiert zu sein. Wie viele Kurse buche ich, wie viele ECTS Punkte benötige ich? Wann lerne ich was? Wie bekomme ich das mit dem Nebenjob →

**1990** geboren  
**2009** Abitur, Deutschland  
**2012** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Populäre Kulturen, UZH  
**2012-2013** Praktikum Marketing & Events, Eventbooster AG  
**2013-2017** Medienreferentin, Deutscher Bundestag  
**2014-2019** Gründerin & Geschäftsführerin, favorite fair GmbH  
**2017-2018** Online Marketing Diplom, KV Zürich Business School  
**2018-2023** Marketing & Responsibility Manager, BLACKROLL AG  
**seit 2023** Kommunikationsmanagerin und Stv. Leitung Kommunikation, ZHAW School of Management and Law

unter etc.? Und definitiv sich schnell in neue Themen einzuarbeiten, immer wieder auf neue Dinge einzulassen und raus aus der Komfortzone zu gehen. Wir hatten während des Studiums ja immer andere Kurse, neue Personen, die man dort kennengelernt hat, und mussten häufig auch etwas vortragen. All das hat mir in den bisherigen beruflichen Stationen immer weitergeholfen.

#### **Was machst du bei deiner aktuellen Stelle?**

Bei der ZHAW bin ich im Kommunikationsteam der School of Management and Law. Hier bin ich schwerpunktmässig für die Medienarbeit verantwortlich und unterstütze allgemein in der internen und externen Kommunikation. Ich schreibe also viel und lektoriere u. a. für die Institute. Zudem sitze ich im Redaktionsteam für verschiedene Magazine.

Das Studium der Kommunikationswissenschaft und Medienforschung bildet zwar nicht direkt für die Medienarbeit, den Journalismus oder die Werbewirtschaft aus. Dennoch erwirbt man hier das Verständnis dafür, warum einige Kampagnen effektiver sind als andere, wie Organisationen, Medien und Politik miteinander interagieren und welche Auswirkungen dies auf die Gesellschaft und auf uns als Individuen hat. Dies bildet eine solide Grundlage für das spätere Lernen im Berufsfeld.

#### **Viele unserer Studierenden machen nach dem BA auch einen MA. Du bist nach dem BA ins Berufsleben eingestiegen – hattest du Probleme, eine Stelle zu finden?**

Nein, gar nicht. Ich habe nach dem Bachelor ein einjähriges Praktikum gemacht. Mir hat das Praxisbezogene total gefallen. Ich konnte in dem kleinen Team schon sehr viele Aufgaben selbstständig übernehmen. Das war eine tolle Ergänzung zum theoretischen Studium. Und auch im Anschluss des Praktikums hatte ich beruflich immer ausreichend Optionen.

#### **Du hattest schon viele verschiedene Jobs – wo hat es dir am besten gefallen?**

Das kann ich gar nicht so richtig beantworten. Die Jobs waren vom Aufgabenbereich oft ähnlich, aber in sehr unterschiedlichen Bereichen bzw. Branchen, von der Eventbranche in die Politik über den Sport bis jetzt an die Hochschule. Ich bin vermutlich eher die Generalistin. Ich schätze es sehr, wenn ich verschiedene Aufgaben und Themen bearbeiten kann und mich nicht ausschliesslich in einem engen Rahmen bewege. Auch das ist das Attraktive im Kommunikationsbereich – in jedem Unternehmen oder jeder Branche braucht es Kommunikationsspezialistinnen und -spezialisten.

#### **Wenn du auf deine Karriere zurückblickst – würdest du etwas anders machen?**

Ich bereue keine meiner beruflichen Stationen oder die Auswahl meines Studiums. Eventuell würde ich mir jetzt rückblickend mehr Mut zusprechen. Also vielleicht auch mal ins



«Das Praktikum war eine tolle Ergänzung zum theoretischen Studium»

Ausland zu gehen für ein Semester oder einen Job. Sich mehr zuzutrauen. Und sich vor den Prüfungen weniger Druck machen.

#### **Möchtest du unseren Studierenden noch etwas mit auf den Weg geben?**

Da kann ich an die Antwort auf die vorherige Frage gut anknüpfen. Vielleicht etwas weniger den Hauptfokus auf das Abschliessen des Studiums in der Regelzeit zu legen. Stattdessen die Zeit während des Studiums auch für Auslandsaufenthalte nutzen, für das Lernen von Sprachen oder spannende Jobs, die man parallel zum Studium machen kann, um schon dort einen besseren Einblick in die Praxis zu bekommen. ○

# Im Studium habe ich gelernt, anders und auch manchmal neu zu denken

**1989** geboren  
**2007** Matura, Basel  
**2011** Bachelor in Publizistik- und Kommunikationswissenschaft & Recht, UZH  
**2011-2012** Praktikant Unternehmenskommunikation, Rhätische Bahn Chur  
**2014** Austauschsemester, Universität Münster  
**2015** Master in Kommunikationsmanagement und Kommunikationsforschung & Recht, UZH  
**2015** Praktikum Sektion Medien, Bundesamt für Umwelt Bern  
**2015-2022** Kommunikationsspezialist und Mediensprecher, Zürcher Verkehrsverbund  
**2022-2024** Mediensprecher National, Coop  
**seit 2024** Leiter Medienstelle National, Coop

## **Kannst du uns beschreiben, was man als Mediensprecher macht?**

Unsere Arbeit unterteilen wir in aktive und reaktive Medienarbeit. Wir informieren die Medien über strategisch relevante Themen und das vielfältige Engagement der Coop-Gruppe. Dazu organisieren wir auch verschiedene Medienanlässe. Im Rahmen der reaktiven Medienarbeit beantworten wir die zahlreichen Anfragen der Journalistinnen und Journalisten, immer in Absprache mit den Fachabteilungen. Beide Bereiche tragen zur Positionierung der Coop-Gruppe in den Medien und zur Wahrnehmung von Coop in der Öffentlichkeit bei. Wir beraten auch interne Stellen bei Kommunikationsfragen, vor allem bei strategischen Themen und in Krisensituationen. Für unsere Arbeit ist es zentral, dass wir für uns relevante Themen und Diskurse immer im Blick haben.

## **Wie lange hast du gebraucht, um nach dem Studium eine Stelle zu finden?**

Das ging damals relativ zügig. Praktisch zeitgleich mit der Abgabe meiner Masterarbeit erhielt ich die Zusage für das Hochschulpraktikum beim Bundesamt für Umwelt.

## **Was liebst du an deinem Job, was sind Herausforderungen?**

Als nationale Medienstelle sind wir sehr nah an wichtigen Entscheidungsträger:innen und werden über wichtige →



Caspar Frey | Leiter Mediensprecher National, Coop

«Durch das Studium weiss ich, wie ich eine grosse Menge an Informationen verarbeite und das Wichtigste herausziehe»



Themen laufend informiert. Der persönliche Austausch mit internen Kolleginnen und Kollegen ist für meine Arbeit unerlässlich und ich schätze die Dynamik, die dabei entsteht. Unsere Kommunikation nach aussen wird meistens schnell sichtbar und gibt uns eine Art unmittelbares Feedback zu unserer Arbeit. Ausserdem weiss ich morgens häufig nicht, wie sich der Tag entwickeln wird; das ist sehr interessant, aber gleichzeitig herausfordernd, wenn wir schnell richtig reagieren müssen.

#### **Kannst du es empfehlen, während des Studiums ein Praktikum zu machen?**

Ja, definitiv. Mir hat das Praktikum zwischen Bachelor und Master gezeigt, dass ich auch künftig in der Unternehmenskommunikation arbeiten möchte. Genauso gut hätte ich aber auch zum Schluss kommen können: Nein, das will ich nicht. Es hat mir also sehr bei der Berufswahl geholfen.

#### **Ist dir die Wahl, Kommunikationswissenschaft zu studieren, leicht gefallen?**

Eigentlich schon. Die Uni Zürich hatte in diesem Bereich einen sehr guten Ruf und der Studiengang war bereits etabliert. Andere Studienangebote an anderen Universitäten haben mich damals – und von aussen betrachtet – nicht wirklich überzeugt.

#### **Welche Themen haben dich besonders interessiert während des Studiums?**

Ich erinnere mich noch sehr gerne an meine erste Wahlvorlesung zurück: Medienökonomie. Dieser Bereich hat mich bis zur Masterarbeit begleitet und deshalb wohl am meisten interessiert. Vorlesungen und Seminararbeiten im Bereich der Medienwirkung sowie generell die Wahlvorlesungen, in denen man unterschiedlichsten Phänomenen und Fragen im Zusammenhang mit Medien nachgehen konnte, haben mich ebenfalls sehr fasziniert. Dazu gehörten Fragen wie: Wie beeinflusst die Digitalisierung die Gesellschaft? Wer zahlt für Medieninhalte? Warum werden bestimmte Themen zu manchen Zeiten intensiv behandelt, während sie zu anderen Zeiten fast ignoriert werden? Wie beeinflusst Werbung das Verhalten der Konsumentinnen und Konsumenten? Wie können wir Fehlinformationen erkennen und bekämpfen?

#### **Hast du im Studium Fähigkeiten erworben, die dir heute besonders helfen?**

Im Studium habe ich gelernt, anders und manchmal auch neu zu denken. Heute hilft mir sicherlich die Erfahrung, wie ich eine grosse Menge an Informationen verarbeite und das Wichtigste herausziehe.

#### **Hast du einen Rat für unsere zukünftigen Absolvierenden?**

Ähnlich wie in der Schule gibt es auch während des Studiums manchmal Situationen, in denen man sich fragt, warum man gerade dies oder jenes machen muss. Vielleicht sieht man auch keinen direkten Zusammenhang zu einer möglichen beruflichen Tätigkeit. Ich empfehle daher, das Studium immer als ein Ganzes zu sehen und einzelne Aufgaben nicht zu sehr zu hinterfragen, sondern sie einfach bestmöglich zu erfüllen. Denn im Idealfall merkt man etwas später, was der Sinn einer Aufgabe war. Und im schlechteren Fall hat man zumindest gelernt, wie man an Aufgaben herangeht, die einen auf den ersten Blick nicht besonders motivieren. All diese Erkenntnisse nimmt man auf seinen weiteren Weg mit und profitiert früher oder später davon. ○



# Damit du die Welt veränderst

Chancengleichheit  
 Kompetenzen  
 Career Guide  
 Long Night of Careers  
 Interviewtraining  
 Bewerbungsprozess  
 Interviewtraining  
 Profildossier  
 Stelleninserat  
 Bewerbung  
 Fachkompetenzen  
 CV  
 Stellensuche  
 Job Hunting  
 Building your Profile  
 Company Events  
 Motivation Letter  
 Equal Opportunities  
 Karriereplanung  
 Job Interview  
 Start-Up  
 Selbständigkeit  
 Volunteering  
 Bewerbungsprozess  
 Job-Portal  
 Career Preparedness  
 Karriereberatung  
 Lebenslauf  
 Standortbestimmung  
 Skills  
 Kenne dich selbst  
 Tipps und Tricks  
 Stelle  
 PostDocs  
 Vorstellungsgespräch  
 Stelleninserate  
 CV-Check  
 Lohnverhandlung  
 Bewerbungsunterlagen  
 Mock Interview  
 Berufseinstieg  
 Career Counseling  
 Application  
 Contract Negotiation  
 Career Engagement  
 Passion  
 Employer Search Strategies

Für alle Fakultäten  
BA, MA, Doktorat, PostDoc

## Impressum

### Herausgeberin

Universität Zürich  
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung (IKMZ)  
Andreasstrasse 15, 8050 Zürich  
www.ikmz.uzh.ch

### Redaktion

Dr. Franziska Fecher, Studienberaterin, IKMZ  
Stefanie Hangartner M.A., Studienprogrammkoordinatorin, IKMZ  
Prof. Mike S. Schäfer, Institutsdirektor, IKMZ  
Prof. Mark Eisenegger, Studienprogrammdirektor, IKMZ  
Dr. Benjamin Fretwurst, Wissenschaftlicher Mitarbeiter, IKMZ

### Gestaltung

Nicole Aregger, www.filter.ch  
Reto Gratwohl, www.filter.ch

### Fotografie

Absolvierende: Vera Hartmann, www.verahartmann.com  
Profilbilder IKMZ: John Flury, www.obssoquasi.ch  
Innenräume IKMZ: UZH / Ursula Meisser

Zürich 2024

