



Mag. Christian Stögmüller, Geschäftsführer von „Life Radio“ Oberösterreich sowie Vorstandsvorsitzender des Verbandes Österreichischer Privatsender ([VÖP](#))

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

Christian Stögmüller: Es hat im Radiobereich immens große, fast möchte ich sagen revolutionäre Veränderungen in den letzten zehn Jahren gegeben, weil ein ganz neuer Markt entstanden ist. 1998 wurde nämlich vollflächiges Privatrado gestartet. Damit ist ein ganz neuer Arbeitsmarkt entstanden. Davor gab es eigentlich nur den ORF, wo sehr häufig eher ältere Mitarbeiter Radio gemacht haben. Mit den Privatrados hat sich das natürlich geändert. Junge, hungrige, Privatmarkt orientierte Menschen sind auf den Radiomarkt geströmt. Hier lag in der Startphase auch die größte Problematik: Wir haben bei unserem Sender zum Beispiel 600 Personen beim ersten Casting bekommen, die sich spontan gemeldet haben und dabei sein wollten. Wirklich brauchbar waren dann aber nur fünf. Das heißt, es war eine gewisse Euphorie da, alle wollten Radio machen - jeder, der glaubte, sprechen zu können, sah sich schon als Moderator bei einem Privatrado. Zwischenzeitig ist viel passiert. Es hat sich ein neuer Markt entwickelt, der ein sehr hohes professionelles Niveau verlangt. Entsprechend sind im Laufe der Jahre auch die Anforderungen immer mehr gestiegen. Konnte dem in der Startphase schulungstechnisch noch nicht begegnet werden - Schulungen haben die Sender nur intern gemacht, und da auch nur

die größeren - so ist mittlerweile durch die Gründung der „[Privatsenderpraxis](#)“ ein Verein entstanden, der es jungen Leuten ermöglicht, in alle Dimensionen der Rundfunklandschaft reinzuschnuppern.

Bei der Privatsenderpraxis geht es primär darum, den Mitarbeitern von Sendern, die Mitglieder sind, Weiterbildung zu ermöglichen. Natürlich können die Kurse bei entsprechendem Interesse auch für Außenstehende geöffnet werden. Ich denke, das würde die Privatsenderpraxis ganz gut vertragen, denn nur so können wir auch einen breiteren Markt entwickeln. Ich glaube, dass viele Angebote, die diese Privatsenderpraxis bietet, weit über den Radiosektor hinaus den Einstieg in die (elektronische) Medienbranche ermöglichen. Denn auch im Internetbereich ist man mit den Themen Recherche, Sprechen, Schneiden, redaktionelle Basisarbeit, Grundverständnis der Rechtslagen im Mediensektor usw. konfrontiert.

NEWSletter-Redaktion: Wenn man sich jetzt vorstellt, dass ein Jugendlicher zu seinem Berufsberatungsgespräch kommt und angibt, Interesse am Radiobereich zu haben, welche Qualifikationen müsste er als Voraussetzung mitbringen, dass er in diesem Bereich Fuß fassen kann? Was bzw. wie müsste der von seiner Person her sein?

Christian Stögmüller: Das entscheidende ist, dass dieser Wunsch zunächst einmal präziser formuliert wird. Das wäre mal der erste Schritt. Der Rundfunksektor, spezifisch der Radiosektor, bietet journalistische und moderative Arbeitsbereiche, Marketing- und Back-Office-orientierte Arbeitsbereiche und Vertriebsarbeitsbereiche.

Wenn man nun spürt, dass einem der Journalismus und die Recherche, das heißt, das Investigative liegt, dann ist man im News-Bereich sehr gut aufgehoben. Dann ist es allerdings mehr denn je notwendig, über eine gewisse Vorbildung zu verfügen. Ein „frisch gefangener“ Journalist, der keine Ahnung hat, bindet mehr den Sender, als er Nutzen stiftet. Praktika sind hier ganz, ganz wichtig. Man muss allerdings ehrlich sagen, dass Praktika im journalistischen Bereich aufgrund der geringen Größe der Privatsender eher schwierig sind. Dennoch sind sie häufig der erste Schritt in Richtung „echtes“ Berufsleben.

Wenn jemand Moderator werden will, gibt es in dem Sinn nicht wirklich eine Vorqualifikation. Hier kann ich nur aus unserem eigenen Unternehmen berichten. Wir haben Piloten, Sportwissenschaftler, Abteilungsleiter von Buchhandlungen, Tanzlehrer etc. als Moderatoren. Das Feld ist breit gefächert. In diesem Bereich geht es eher darum, dass Leute, die spüren, eine gute Stimme oder Wortwitz zu haben, Leute, die mit spontan zugeworfenen Bällen etwas anfangen und über einen gewissen Narzissmus verfügen, sich auch nach außen hin zu präsentieren, aufschlagen. Das macht es auch unglaublich schwierig, gute Moderatoren zu finden. Das ist etwas, das hat mit Charakter, mit Flexibilität, natürlich mit einer soliden schulischen Grundausbildung, Allgemein-

bildung zu tun. Aber darüber hinaus natürlich mit einer Art Sendungsbewusstsein. Man kennt das ja: Man trifft jemanden auf einer Party und denkt sich - wow, der hat eine Aura, der hat eine Ausstrahlung, der kommt rüber - genau so jemand wird im Moderationsbereich gebraucht. Das kann man nur bedingt fördern. Man kann das „Drumherum“ fördern, etwa die technischen Aspekte (Computerbedienung), die bei einer Moderation wichtig sind, man kann auch Atem- oder Sprechtraining anbieten, aber das Grundstanding, das Grundsetup, das muss jemand mitbringen.

Das alles macht die Rekrutierung wirklich schwierig. Oft ist sie eher dem Zufall überlassen. Natürlich macht man Aktionen - wir haben vor nicht allzu langer Zeit den „Stimmenfang“ gestartet, haben on air gesagt „du willst Moderator werden, bewirb dich, wir machen ein Casting“. Wir haben das vor kurzem in der Steiermark noch etwas größer aufgezogen und das nach regionaler Differenzierung als Wettbewerb durchgeführt. Das Ergebnis von solchen Aktionen ist jedoch zumeist ernüchternd. Einem Riesenaufwand steht oft ein eher geringer Ertrag gegenüber. Es kommen dann vier oder fünf Leute, die haben teilweise eine tolle Stimme, bringen aber sonst die Leistung nicht. Andere sind wieder im Wortwitz und Intellekt punktgenau, sind aber stimmlich schlecht.

Eine bestimmte Schul- oder Studienrichtung anzugeben ist nicht wirklich hilfreich. Ich glaube, da kann man nur den Markt kennen und hoffen, dass der Markt breiter wird und dass sich der eine oder andere Unentdeckte mal einfindet, wo man dann sagt „hey, wow, du bist es“, die Leute dann aufbauen und schulen.

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

Christian Stögmüller: Quantitativ wird der Privatradiomarkt nicht mehr dramatisch wachsen. Es werden noch einige Frequenzen und Lizenzen dazukommen, allerdings nichts mehr wirklich Großes. Das sind eher Lokalstationen, die oftmals im Netzwerk arbeiten. Vielen kleinen Sendern geht einfach das Geld aus, wodurch sie gezwungen sind, sich zusammenzuschließen. So kann es sein, dass aus 20 Lizenzen mit in Summe 150 Moderatoren eine Lizenz mit rund zehn Moderatoren übrig bleibt. Das ist eher degressiv. Vielleicht wird die Digitalisierung nochmals Breite bringen, aber große quantitative Auswirkungen wird sie nicht haben.

Ich glaube aber, dass in der Qualifikation die Stärke liegt. Hier wird sich in den nächsten Jahren die Spreu vom Weizen trennen. Viele Leute, die heute noch so halb und kompromissbehaftet vom Sender mitgenommen werden, weil man niemand besseren hat, werden mittelfristig Probleme haben, ihren Job zu rechtfertigen, und gut geschulte und ausgebildete Kräfte werden kommen. Ich denke mir, wenn ich da heute als junger Mensch Interesse hätte, ich würde nicht nur versuchen, in den österreichischen Markt zu gehen, sondern auch schauen, praktikamäßig ein halbes Jahr in Bayern oder in Nordrhein-Westfalen zu sein, bei ein paar großen Sendern wirklich aufzuschlagen, „radiomaniac“ zu werden, mir da Informationen aller Art über Stationen zu holen und so auspositioniert hier zu punkten.

Links zum Interview:

Verband Österreichischer Privatsender:
<http://www.voep.at>

Privatsenderpraxis:
<http://www.privatsenderpraxis.at>