



universität
wien

MASTERARBEIT / MASTER'S THESIS

Titel der Masterarbeit / Title of the Master's Thesis

„Der Wechsel auf die andere Seite: Ehemalige Journalist:innen in der PR“

„Eine qualitative Untersuchung über die Beweggründe, Rollenverständnisse und
Rollenkonflikte von ehemaligen Journalist:innen in der PR-Branche“

verfasst von / submitted by

Nicole Kallischek BA

angestrebter akademischer Grad / in partial fulfilment of the requirements for the degree of
Master of Arts (MA)

Wien, 2023 / Vienna 2023

Studienkennzahl lt. Studienblatt /
degree programme code as it appears on
the student record sheet:

UA 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt /
degree programme as it appears on
the student record sheet:

Master Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreut von / Supervisor:

Univ.-Prof. Folker Hanusch, BA (Hons) PhD

I. Inhaltsverzeichnis

I. Inhaltsverzeichnis	1
II. Vorwort.....	3
III. Abstract.....	4
1) Einführung & Relevanz des Themas	6
1.1) Forschungslücke & Erkenntnisinteresse.....	7
1.2) Aufbau der Arbeit.....	8
2) Theorie & Diskussion des Forschungsstandes	9
2.1) Die Feldtheorie nach Pierre Bourdieu.....	9
2.2) Boundary Work nach Thomas F. Gieryn	10
2.2.1) Grenzziehung zwischen Journalismus und PR.....	11
2.3) Entwicklung von Rollen und Rollenverständnissen	15
2.3.1) Rollenverständnisse im Journalismus.....	15
2.3.2) Rollenverständnisse in der PR.....	18
2.4) Ehemalige Journalist:innen in der PR.....	22
2.4.1) Gründe für den Berufswechsel in die PR.....	23
2.4.2) Journalistische Erfahrung in der PR-Branche	25
2.4.3) Rollenkonflikte von ehemaligen Journalist:innen in der PR	26
2.4.4) Strategien zur Vermeidung von Rollenkonflikten in der PR	33
3) Problemstellung & Forschungsfragen.....	35
3.1) Forschungsfragen.....	35
4) Methodische Umsetzung.....	37
4.1) Qualitative Befragung mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews.....	37
4.2) Erläuterung der Stichprobe.....	38
4.2.1) Beschreibung der finalen Stichprobe	40
4.2.2) Auflistung der Expert:innen für die Auswertung	41
4.3) Beschreibung des Leitfadens	42
4.3.1) Durchführung der Leitfadeninterviews und Transkription.....	45
4.4) Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022)	46

4.5) Die kategorienbasierte Auswertung	48
4.6) Zusammenfassung der Ergebnisse	58
5) Diskussion der Ergebnisse	63
6) Fazit	73
IV. Literaturverzeichnis	80
V. Anhang	85
V.1) Leitfaden für die Interviews mit den Expert:innen	85
V.2) Text für die Kontaktaufnahme mit den Expert:innen	91
V.3) Kategorienschema	92
Kategorienschema der Hauptkategorie K1 inkl. der Subkategorien K1.1 bis K1.6	92
Kategorienschema der Hauptkategorie K2 inkl. der Subkategorien K2.1 bis K2.8	93
Kategorienschema der Hauptkategorie K3 inkl. der Subkategorien K3.1 bis K3.5	94
Kategorienschema der Hauptkategorie K4 inkl. der Subkategorien K4.1 bis K4.5	95
Kategorienschema der Hauptkategorie K5 inkl. der Subkategorien K5.1 bis K5.4	96
Kategorienschema der Hauptkategorie K6 inkl. der Subkategorien K6.1 bis K6.4	97

II. Vorwort

Die vorliegende Masterarbeit zum Thema „Der Wechsel auf die andere Seite: Ehemalige Journalist:innen in der PR“ entstand zunächst aus dem eigenen Interesse zum Thema Rollenverständnisse und Rollenkonflikte in der PR-Branche an sich sowie durch meine eigene Funktion als PR-Berater:in in einer Wiener PR-Agentur, wo einige ehemalige Journalist:innen tätig sind. Im Zeitraum von 2022 bis 2023 habe ich mich intensiv mit meiner Arbeit auseinandergesetzt und im Zuge dessen auch 15 Leitfadeninterviews im November 2022 durchgeführt. Mit dem Ziel, durch die erlangten Erkenntnisse einen positiven Beitrag für die vorhandene Forschungslücke rund um das Agieren von ehemaligen österreichischen Journalist:innen in der PR-Branche zu leisten.

Gemeinsam mit meinem Betreuer Univ.-Prof. Folker Hanusch habe ich die Fragestellung, den Aufbau sowie den Leitfaden für die qualitative Befragung der Expert:innen entwickelt. Durch seine wertvollen Tipps ist es mir gelungen, eine klare Struktur zu schaffen. Während dem ganzen Prozess der Masterarbeit ist er mir unterstützend zur Seite gestanden und hat mir alle Fragen umfassend beantwortet. Herzlichen Dank!

Ebenso wichtig war für mich die Hilfe meines Lebensgefährten Philipp, der mich über die ganze Zeit hinweg unterstützte. Auch meinen Eltern, die mir bereits seit jeher zur Seite stehen, und besonders meiner Mama, die zuletzt sogar das abschließende Korrekturlesen dieser Arbeit übernommen hat, möchte ich von ganzem Herzen danken. Danke für alles, was ihr für mich tut!

Zudem gebührt auch allen 15 befragten Expert:innen mein aufrichtiger Dank, die mir im Rahmen meiner Leitfadeninterviews tiefe Einblicke in ihre Erfahrungen und berufliche Situation gewährt haben. Sie sind es, die die Grundlage für die Erkenntnisse meiner Masterarbeit geliefert haben.

Ich wünsche viel Freude beim Lesen meiner Arbeit!

Nicole Kallischek

Wien, 21. März 2023

III. Abstract

Mit dem Titel „Der Wechsel auf die andere Seite: Ehemalige Journalist:innen in der PR“ beschäftigt sich die vorliegende Masterarbeit als qualitative Untersuchung mit den Beweggründen, Rollenverständnissen und Rollenkonflikten von ehemaligen Journalist:innen, die in die PR-Branche gewechselt haben. Dabei kann davon ausgegangen werden, dass dieser Berufswechsel aufgrund der unterschiedlichen Funktionen und Erwartungen von Journalismus und PR ein gewisses Konfliktpotenzial birgt.

Das Ziel der Forschung ist die Beantwortung der folgenden Forschungsfragen sowie der zugehörigen Unterfragen: „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“ und „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“, „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“ und „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“ sowie „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“ und „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“.

Um die Forschungsfragen beantworten zu können, ist eine qualitative Befragung mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews durchgeführt und mittels einer inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Udo Kuckartz (2022) ausgewertet worden. Konkret beschäftigt sich die Studie mit den Aussagen von 15 Expert:innen, die vom Journalismus in die PR gewechselt haben, ihren Gründen für den Berufswechsel, ihrem beruflichen Selbstverständnis und dem Einfluss ihres erlernten Know-hows, dem Auftreten möglicher Rollenkonflikte, dem Umgang damit sowie mit dessen Einfluss auf ihre ausgeübte Tätigkeit.

Die Antworten der Befragten zeigen, dass vorrangig eine finanzielle Unsicherheit beziehungsweise eine fehlende Sicherheit im Journalismus für den Wechsel vom Journalismus in die PR verantwortlich ist. Dabei verfügen ehemalige Journalist:innen nach ihrem Berufswechsel über ihre neue Rolle als PR-Berater:innen, agieren jedoch nach wie vor mit dem beruflichen Selbstverständnis von Journalist:innen, wobei sich ihre journalistische Erfahrung und das vorhandene Know-how positiv auf ihre neue Tätigkeit in der PR auswirken. Das Auftreten möglicher Rollenkonflikte wird zwar im ersten Moment zum Großteil von den Befragten verneint, dennoch deuten viele Aussagen und Beispiele aus dem Berufsalltag auf

diese hin, ebenso wie die Angabe verschiedener Strategien zur Prävention, Vermeidung oder Reduzierung im Umgang mit Rollenkonflikten.

Abstract (englisch)

This master's thesis, entitled "Switching to the Other Side: Former Journalists in PR", is a qualitative study of the motivations, role perceptions and role conflicts of former journalists who have switched to the PR sector. It can be assumed that this change of profession contains a certain potential for conflict due to the different and expectations of journalism and PR.

The aim of the research is to answer the following research questions and the associated sub-questions: "What are the reasons for former journalists from Austrian media switching to the PR sector?" and "What impact do the declining resources of Austrian media have on journalists switching to the PR sector?", "What is the professional self-image of former journalists from Austrian media who now work as PR consultants?" and "What impact does the professional experience and know-how of former journalists from Austrian media have on their new work as PR consultants?", "Do former journalists from Austrian media who now work as PR consultants experience role conflicts? If so, which ones, and how do they deal with them?" and "What impact do role conflicts of former journalists from Austrian media have on their new work as PR consultants?"

In order to answer the research questions, a qualitative survey was conducted using guided interviews with experts and evaluated using a content structuring analysis according to Udo Kuckartz (2022). Specifically, the study deals with the statements of 15 experts who switched from journalism to PR, their reasons for the career change, their professional self-image and the influence of their acquired know-how, the existence of possible role conflicts, how they are handled and their influence on their work.

The respondents' answers show that financial insecurity or a lack of financial stability in journalism is primarily responsible for the switch from journalism to PR. After switching careers, former journalists have their new role as PR consultants, but still act with the professional self-image of journalists, whereby their journalistic experience and existing know-how have a positive effect on their new work. Although most of the interviewees initially denied the existence of possible role conflicts, many statements and examples from their everyday professional lives indicate that they do exist, as do various strategies for preventing, avoiding or reducing role conflicts.

1) Einführung & Relevanz des Themas

„Increasingly, journalists do not find permanent jobs and seek work in related fields, often in public relations“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 1) ist ein Zitat nach Viererbl & Koch (2019), mit dessen Inhalt sich die vorliegende Masterarbeit befasst. Im Detail werden die Beweggründe von ehemaligen Journalist:innen österreichischer Medien, die als PR-Berater:innen in eine Wiener PR-Agentur gewechselt haben, sowie ihr berufliches Selbstverständnis und mögliche Rollenkonflikte aufgrund des Berufswechsels qualitativ untersucht. Denn nach Viererbl & Koch (2019) birgt dieser Berufswechsel vom Journalismus zur Öffentlichkeitsarbeit ein Konfliktpotenzial, da sich beide Berufe deutlich in Bezug auf ihre normative Funktion unterscheiden: Journalist:innen sollen objektiv und unvoreingenommen berichten, während PR-Berater:innen die Interessen ihrer Kund:innen vertreten (S. 1).

Aufgrund dieser unterschiedlichen Aufgaben, Funktionen und Ziele, aber auch aufgrund der fachlichen Überschneidungen und gegenseitigen Abhängigkeiten ist das Verhältnis von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit von Spannungen geprägt. Nach Gonser & Gründl (2017) sind Journalist:innen für die „umfassende Bereitstellung und Einordnung von objektiven, unabhängigen und gesellschaftlich relevanten Informationen“ (Gonser & Gründl, 2017, S. 34) zuständig und PR-Berater:innen für die „initiierte Weitergabe von selbstdarstellenden Informationen einzelner Unternehmen, Verbände, etc.“ (Gonser & Gründl, 2017, S. 34). Besonders in den letzten Jahrzehnten war diese angespannte Situation vor allem durch zwei Entwicklungen geprägt: Der Journalismus erlebt seit Jahren eine ökonomisch angespannte Situation, wie „sinkende Auflagen und Marktanteile, die Abwanderung von Anzeigen in das Internet, die Konkurrenz durch kostenlose Online-Nachrichtenportale und Bürgerjournalismus sowie die Veränderung des Nachrichtenkonsums insgesamt“ (Hanitzsch et al., 2019, S.1). Weiters sind Journalist:innen nach Hanitzsch et al. (2019) in Österreich zunehmend öffentlicher Kritik sowie dem Vorwurf mangelnder Objektivität ausgesetzt. So steht der Berufsstand vor enormen Herausforderungen und die zunehmenden tiefgreifenden Veränderungen führen zu einem starken Anpassungsdruck und prekären Arbeitsbedingungen im Journalismus (S. 1-2). Demgegenüber ist die PR-Branche in den letzten Jahrzehnten im Vergleich zum Journalismus gewachsen und hat sich zunehmend professionalisiert. Diese Rahmenbedingungen stellen den Journalismus zunehmend vor Herausforderungen und leiten in das Intereffikationsmodell über, wonach PR-Berater:innen die Mechanismen und Arbeitsweisen von Journalist:innen immer besser kennen und ihre Themen und Informationen entsprechend aufbereiten und anpassen. Journalist:innen sind zunehmend in Zeit- und Ressourcennot und greifen somit immer häufiger auf Informationen zurück, die ihnen durch PR-Berater:innen übermittelt werden – zum Teil unverändert und ungeprüft (Gonser & Gründl,

2017, S. 34). Dabei geht das Intereffikationsmodell nicht von einem einseitigen Einfluss aus, sondern von einem Zusammenspiel von Journalismus und PR und unterstellt wechselseitige Einflüsse sowie gegenseitige Abhängigkeiten (Löffelholz, 2016, S. 624-625). Demzufolge können sowohl Journalist:innen als auch PR-Berater:innen ihre jeweilige Kommunikationsleistung nur durch die Existenz beziehungsweise die Leistung des jeweils anderen erbringen: „Journalismus sei abhängig von PR-Zulieferungen, während PR-Akteure den Großteil ihrer Ziele nur mit Hilfe des Journalismus erreichen könnten“ (Löffelholz, 2016, S. 625). So versuchen PR-Berater:innen zum Beispiel in Form von Presseaussendungen gezielt Themen durch die journalistische Aufbereitung und die Berücksichtigung von Nachrichtenfaktoren im Journalismus zu platzieren (Löffelholz, 2016, S. 626). Dabei trifft Journalismus auf Public Relations meist dann, wenn Journalist:innen Informationen durch PR-Berater:innen erhalten und diese für ihre Arbeit nutzen. Durch den steigenden Zeitdruck sowie das wachsende Angebot an PR-Material ist davon auszugehen, dass Journalist:innen zunehmend auf dieses zurückgreifen. Gleichzeitig stellt eine berufliche Tätigkeit in der PR-Branche eine immer attraktivere Alternative für den journalistischen Nachwuchs dar (Gonser & Gründl, 2017, S. 34-35).

1.1) Forschungslücke & Erkenntnisinteresse

Die bisherige Forschung, wie nach Koch & Obermaier (2013; 2014) beziehungsweise nach Obermaier & Koch (2013; 2014), ist hauptsächlich quantitativ und vorrangig in Deutschland erfolgt – dabei ist Österreich im Vergleich ein kleines Land mit einer eigenen Medienlandschaft und -struktur, dass somit auch eigene Untersuchungen benötigt. So haben Koch & Obermaier (2013; 2014) beziehungsweise Obermaier & Koch (2013; 2014) Journalist:innen in Deutschland, die sowohl im Journalismus als auch in der PR tätig sind, mittels einer quantitativen Onlinebefragung befragt. Demnach befinden sich die befragten Personen zum Großteil in einer Doppelrolle als Journalist:in und PR-Berater:in oder sind hauptberuflich im Journalismus und nebenberuflich im PR-Bereich tätig. Ehemalige Journalist:innen, die vom Journalismus vollständig in die PR-Branche als PR-Berater:innen gewechselt sind, wurden bisher kaum untersucht beziehungsweise befragt. Dabei ist besonders in diesem Fall interessant, in welcher Form sich Rollenverständnisse nach einem vollständigen Berufswechsel verändern und ob mögliche Rollenkonflikte in der neuen PR-Funktion entstehen beziehungsweise diese einen Einfluss auf die ausgeübte Tätigkeit nehmen.

Aus diesem Grund fokussiert sich die vorliegende Masterarbeit auf eine qualitative Befragung mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews, in welcher ehemalige Journalist:innen, die inzwischen als PR-Berater:innen in einer Wiener PR-Agentur tätig sind, zu ihren Beweggründen für den Berufswechsel, ihrem beruflichen Rollenverständnis und dem Einfluss

ihrer journalistischen Erfahrung auf ihre Tätigkeit in der PR sowie zu möglichen Rollenkonflikten und ihrem Umgang damit beziehungsweise deren Einfluss befragt werden.

1.2) Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Masterarbeit ist in zwei Bereiche gegliedert: Theorie und Empirie. Im ersten Teil wird, ausgehend von der Feldtheorie nach Bourdieu (1993) sowie den Arbeiten von Maares & Hanusch (2022) und Lenger et al. (2013), der Boundary-Work-Ansatz als theoretische Grundlage der Untersuchung nach Gieryn (1983) näher beleuchtet, um auf die verschwimmenden Grenzen zwischen Journalismus und PR eingehen zu können. Dem folgend werden zentrale wissenschaftliche Studien und bisherige Erkenntnisse zu Rollenverständnissen im Journalismus und der PR erläutert sowie auf die Tätigkeit ehemaliger Journalist:innen in der PR unter Bezugnahme der Gründe für ihren Berufswechsel, den Einfluss ihrer journalistischen Erfahrung auf ihre Tätigkeit in der PR sowie auf das Auftreten möglicher Rollenkonflikte und der Anwendung verschiedener Strategien im Umgang mit diesen eingegangen. Darauf aufbauend werden drei Forschungsfragen sowie drei zugehörige Unterfragen für die folgende Untersuchung in Form einer qualitativen Befragung mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews definiert. Im zweiten Teil der Arbeit werden die Erkenntnisse der durchgeführten Befragung mittels einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) analysiert und näher erläutert. Abschließend werden zum einen die aufgestellten Forschungsfragen beantwortet sowie zum anderen die Ergebnisse der durchgeführten Untersuchung zusammengefasst und mit der vorgestellten Literatur und der theoretischen Grundlage diskutiert. Das abschließende Fazit resümiert die Ergebnisse im Licht der gesellschaftlichen Relevanz sowie möglicher Limitationen und gibt einen Ausblick für weitere Forschungen.

2) Theorie & Diskussion des Forschungsstandes

2.1) Die Feldtheorie nach Pierre Bourdieu

Nach Maares & Hanusch (2022) erfreut sich Pierre Bourdieus Feldtheorie in der Journalismusforschung zunehmender Beliebtheit. So wird der bourdieusche Gedanke vor allem eingesetzt, um verschiedene Aspekte der journalistischen Arbeit zu untersuchen: die Ausdifferenzierung des journalistischen Feldes und der Berufsrollen, die Veränderung journalistischer Normen, die Bedeutung von Ressourcen für eine erfolgreiche Karriere sowie des technologischen Wandels und die Grenzen des journalistischen Feldes (S. 749). Bourdieu zielt darauf ab, die Gesellschaft auf der strukturellen und individuellen Ebene durch das Zusammenspiel verschiedener Konzepte zu analysieren, wobei spontane Veränderungen berücksichtigt werden können (S. 738). Denn nach Bourdieu (1993) wird ein Standpunkt im Feld durch die verfügbaren Möglichkeiten definiert. Daraus folgt, dass sich dieser Standpunkt immer dann ändert, wenn sich die verfügbaren Optionen verändern, auch wenn die Position identisch bleibt. So ändert sich zum Beispiel die Bedeutung eines literarischen Werkes automatisch mit der Veränderung des Feldes, indem sich die Leser:innen befinden (S. 30-31). Nach Maares & Hanusch (2022) bietet die Feldtheorie eine Reihe an Möglichkeiten zur konzeptionellen Analyse des journalistischen Feldes sowie für die Veränderungen innerhalb dieses Feldes (S. 749-750), wobei sie mehrere Konzepte umfasst: Feld, Kapitalformen, Habitus und Doxa. Felder bilden dabei die sozialen Positionen von Akteur:innen sowie ihre Machtdynamiken ab und werden durch den Besitz von Kapitalformen strukturiert. Diese Kapitalformen ermöglichen Handlungsfähigkeit und beinhalten materielle sowie immaterielle Ressourcen in Form von ökonomischem, kulturellem, sozialem und symbolischem Kapital. In Bezugnahme auf den Journalismus sollen die Formen von Kapital die Unterschiede von journalistischen Inhalten und die wachsende Bedeutung des Publikums erklären sowie das Doxa-Konzept die journalistischen Routinen veranschaulichen. Das Habitus-Konzept verbindet weiters die individuelle Ebene des Handelns und die gesellschaftliche Ebene der Struktur – durch verinnerlichte Überzeugungen des Einzelnen sowie durch seine Sozialisation und sein gesammeltes Kapital. Die Handlungsfähigkeit von Akteur:innen wird dabei durch die Beziehung zwischen Habitus und Position innerhalb des Feldes geformt, wobei diese meist zu Positionen tendieren, die ihnen entsprechen (S. 738-739). Benson & Neveu (2005) definieren das ökonomische Kapital im journalistischen Bereich als Auflagen, Werbeeinnahmen oder Einschaltquoten, während sich das kulturelle Kapital in Form von intelligenten Kommentaren oder ausführlichen Berichten darstellt. Dabei wird das journalistische Feld als Teil des Feldes der Macht gesehen und es beschäftigt sich in erster Linie mit jenen Akteur:innen, die über ein hohes journalistisches Kapital verfügen (S. 4-5).

Nach Lenger et al. (2013) wird Bourdieus Begriff des Habitus in verschiedenen Bereichen angewandt und ist abhängig vom jeweiligen Kontext: im allgemeinen Sprachgebrauch ist damit die äußere Erscheinung beziehungsweise die Gesamterscheinung einer Person gemeint. In der Soziologie kann von dieser äußeren Erscheinung auf die Gesamtheit der Einstellungen und Gewohnheiten geschlossen werden. So ist der Habitus als Träger von gesellschaftlichen Strukturen vor allem durch die spezifische Position der Akteur:innen geprägt, die diese innerhalb einer sozialen Gruppe einnehmen, und dient der Vermittlung zwischen individuellen Dispositionen und gesellschaftlichen Möglichkeiten (S. 13-14). Dabei kommt es zu einem ständigen Kampf um Kapital beziehungsweise um die eigene Position (Maares & Hanusch, 2022, S. 738-739). Um die eigene Position im Feld zu verteidigen und sich abzugrenzen, müssen Waffen produziert werden, die die eigene Autonomie rechtfertigen (Bourdieu, 1993, S. 41). So definiert Bourdieu (1993) die Grenzen des Feldes als „a stake of struggles, and the social scientist's task is not to draw a dividing line between the agents involved in it by imposing a so-called operational definition, which is most likely to be imposed on him by his own prejudices or presuppositions, but to describe a state of these struggles and therefore of the frontier delimiting the territory held by the competing agents“ (Bourdieu, 1993, S. 42-43). Demzufolge teilen Grenzen das von den konkurrierenden Akteur:innen beanspruchte Territorium ab (S. 42-43).

2.2) Boundary Work nach Thomas F. Gieryn

Den Ansichten von Bourdieu (1993) folgend bildet die theoretische Grundlage der vorliegenden Masterarbeit der Boundary Work Ansatz nach Gieryn (1983), wonach die Abgrenzung der Wissenschaft von anderen intellektuellen Aktivitäten untersucht wird. Die Grundlagen bilden Philosoph:innen und Soziolog:innen, die sich intensiv mit der Abgrenzung ihrer Wissenschaft beschäftigen und versucht haben, einzigartige und wesentliche Merkmale für die Unterscheidung von anderen intellektuellen Aktivitäten zu identifizieren. Gieryn (1983) untersucht nach diesem Konzept der Grenzziehung sowohl den Stil als auch den Inhalt professioneller Ideologien von Wissenschaftler:innen. Wobei Merkmale der Wissenschaft nicht als inhärent angesehen werden, sondern als Teil der ideologischen Bemühungen von Wissenschaftler:innen, ihre Tätigkeit von nicht-wissenschaftlichen Aktivitäten zu unterscheiden. Grenzziehung nach Gieryn (1983) beschreibt demzufolge einen ideologischen Stil, wonach Wissenschaftler:innen versuchen, ein positives Image für die Wissenschaft zu schaffen, indem sie einen Kontrast zu nicht-wissenschaftlichen oder technischen Aktivitäten herstellen. Die Wahl einer treffenden Beschreibung hängt dabei davon ab, welche Merkmale für die Abgrenzung zur Nicht-Wissenschaft herangezogen werden und ob die Ansprüche der Wissenschaftler:innen durch Autorität oder Ressourcen gerechtfertigt sind (S. 781-782). So

zeigt sich nach Gieryn (1983), dass Wissenschaft kein einheitliches Konstrukt ist: Merkmale, die der Wissenschaft zugeschrieben werden, variieren je nach Tätigkeit und ihre Grenzen sind mehrdeutig, flexibel, abhängig vom Kontext, in sich widersprüchlich und umstritten. Daraus resultiert eine Mehrdeutigkeit, die jeweils eine neuerliche Abgrenzung erfordert, wonach die Grenzen der Wissenschaft immer wieder neu gezogen werden. So kann Wissenschaft gleichzeitig theoretisch oder empirisch, rein oder angewandt, objektiv oder subjektiv, exakt oder schätzend, demokratisch oder elitär, grenzenlos oder auch eingeschränkt sein. Gieryn (1983) bietet also einen Ausweg aus den Debatten über die Einzigartigkeit und Überlegenheit von Wissenschaft (S. 791-793).

2.2.1) Grenzziehung zwischen Journalismus und PR

Nach Banjac & Hanusch (2022) nutzen auch Journalist:innen etablierte Berufsnormen und Ideologien, um Grenzen zwischen sich und jenen zu ziehen, die diese Normen nicht erfüllen. Denn journalistische Grenzarbeit ist noch wichtiger geworden, seit neue journalistische Akteur:innen aufgetreten sind, die das bestehende Verständnis von Journalismus in Frage stellen (S. 705-706). Ebenso beschreibt Carlson (2015) Journalismus als einen Ort des Machtkampfes, an dem Akteur:innen mittels Definition und Anfechtung von Grenzen um Autorität konkurrieren. Dabei haben die fortwährenden wirtschaftlichen, technologischen und kulturellen Veränderungen im Journalismus der letzten Jahre die Untersuchung von Journalismus und seinen Grenzen noch weiter erschwert, aber Grenzarbeit auch unerlässlich gemacht (S. 7-9). Dabei wird Grenzarbeit von Carlson (2015) als Prozess interpretiert, der in drei Formen abläuft: „expansion, expulsion, and protection of autonomy – and, as columns, three areas of journalism around which boundary work occurs – participants, practices, and professionalism“ (Carlson, 2015, S. 9). Demnach geht es um die Aufnahme peripherer Akteur:innen in das legitimierte Feld, den Ausschluss derjenigen, die etablierte journalistische Werte in Frage stellen, sowie den Schutz der Autonomie vor externen Einflüssen (Banjac & Hanusch, 2022, S. 707).

Auch die Grenzen zwischen journalistischen Inhalten und Inhalten der PR oder der Werbung werden immer wieder neu gezogen: Dem Grundgedanken nach sollten sich Mediennutzer:innen auf eine einheitliche Zuordnung verlassen können. Diese beinhaltet nach Gonser & Rußmann (2017) unter anderem, dass, „journalistische Inhalte tatsächlich unabhängig sind, pluralistische Argumente einbeziehen und nicht einseitige, interessensgesteuerte und damit ggf. manipulierende Informationen weitergeben“ (Gonser & Rußmann, 2017, S. 3). In der heutigen Praxis ist allerdings festzustellen, dass besonders Inhalte der PR-Arbeit nicht immer eindeutig als solche benannt werden und die Grenzen zur redaktionellen Medienarbeit verschwimmen. Im Gegenteil, es werden sogar verschiedene

Methoden eingesetzt, um Werbung oder Inhalte der PR wie journalistische Berichterstattung aussehen zu lassen, wie Schleichwerbung, Advertorials oder Product Placements. Die Gründe für diese verschwimmenden Grenzen sind divers: schlechtere Marktbedingungen, knappe Ressourcen oder Entwicklungen wie Social Media (Gonser & Rußmann, 2017, S. 5-6). Das führt nach Gonser & Gründl (2017) zu einem angespannten Verhältnis zwischen Journalismus und PR, welches von unterschiedlichen Zielen, Funktionen und Aufgaben sowie durch fachliche Überschneidungen und gegenseitige Abhängigkeiten geprägt ist. Denn Journalismus trifft auf PR dort, wo Journalist:innen Informationen und Inhalte von PR-Berater:innen bekommen beziehungsweise für ihre Arbeit nutzen: „PR-Schaffende kennen die Mechanismen und Arbeitsweisen des Journalismus immer besser und können ihre weiterzugebenden Informationen genau anpassen. Journalistinnen [sic] und Journalisten [sic] wiederum sind zunehmend in Zeit- und Ressourcennot, die sie immer häufiger dazu verleitet, PR-Informationen mehr oder weniger unbearbeitet oder ungeprüft zu übernehmen“ (Gonser & Gründl, 2017, S. 34). Dernbach et al. (2017) führen diese Kompetenz der PR-Berater:innen darauf zurück, dass viele bereits auf eine mehrjährige Karriere im Journalismus zurückblicken (S. 81). Pietzcker (2017) bezeichnet diese verschwimmenden Grenzen zwischen Journalismus und PR als „intrinsische Ambivalenz“ (Pietzcker, 2017, S. 72), wonach klassische Kommunikationsformate unternehmensseitig instrumentalisiert werden und ihre journalistische Glaubwürdigkeit behalten. Demzufolge können zum Beispiel Interviews „im Einzelfall eine sprachlich geschickt dargelegte Unternehmensverlautbarung sein, die nun im journalistischen Gewand des kritischen Dialogs erscheint und in dieser Form sogar ein Massenpublikum erreicht“ (Pietzcker, 2017, S. 72). So wird das Interview in eine bestimmte Richtung gelenkt und die interviewte Person nutzt die Interviewsituation zur subtilen Darstellung der eigenen Interessen (Pietzcker, 2017, S. 72).

Roberts-Bowman (2021) gibt als Mitgrund für die Überschneidungen und unscharfen Grenzen zu anderen Kommunikationsdisziplinen an, dass PR auf zwei Ebenen operiert: PR ist zum einen auf strategischer, unternehmerischer Ebene tätig und trägt dazu bei, den Ruf und die Beziehungen von Unternehmen zu verbessern. Zum anderen agiert sie auf der Verbraucherebene und hilft, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen (S. 18): „Once this is clear that PR has a dual role, the distinctions between the communication disciplines start to make sense“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 18). Nach Broom & Dozier (1983) sind PR und Marketing wechselseitige Prozesse, die zu Anpassungen im Unternehmen sowie zu Veränderungen im Wissen, in den Neigungen und im Verhalten der Öffentlichkeit führen. Jedoch unterscheiden sich die beiden Bereiche in den Ergebnissen, die sie erreichen möchten: Marketing konzentriert sich auf die Vermittlung von Produkten und Dienstleistungen an Konsument:innen, beginnend bei der Ermittlung von Wünschen und Bedürfnissen

potenzieller Verbraucher:innen. Im Gegenzug für die Befriedigung dieser, möchte das Unternehmen einen Gewinn erwirtschaften. PR befasst sich hingegen mit den Beziehungen zur Öffentlichkeit, die ebenso das Überleben beziehungsweise das Wachstum von Unternehmen beeinflussen (S. 5-6).

Auch Bourne (2019) sieht die Grenzen von PR zu anderen Berufsfeldern als nicht fix an und Public Relations gilt dem folgend als ein „professional project, marked by a struggle with adjacent professional fields for market control, social closure and elite status“ (Bourne, 2019, S. 1). PR ist ein sich ständig veränderndes Gebilde mit angrenzenden Bereichen wie dem Journalismus, der Werbung oder zum Beispiel der Unternehmensberatung, was in weiterer Folge auch zu einer Aufspaltung in andere Kommunikationsbereiche führt (Bourne, 2019, S. 1). Demnach müssen alle Berufe und Bereiche sich, ihre Legitimität und ihre Grenzen ständig unter Beweis stellen. Denn nach Bourne (2019) gilt die PR als ein neuer beziehungsweise unternehmerischer Beruf, der noch im Entstehen ist und nur über wenige berufliche Referenzen oder unabhängige Wissensquellen verfügt. So ist die Kontrolle über den PR-Beruf meist nur schwach und Wissen wird zunehmend über den Sprachgebrauch und die Beziehung zu Kund:innen konstruiert. Dem folgend befindet sich die PR nach wie vor im Wandel mit zahlreichen widersprüchlichen Berufsdefinitionen, unklaren Berufsgrenzen sowie einem sich ständig wandelndem Wissen als Reaktion auf die Bedürfnisse der Kund:innen und dem fortschreitenden technologischen Wandel. Diese technologischen Entwicklungen gestalten nicht nur die Fähigkeiten und das Fachwissen der PR neu, sondern nehmen auch Einfluss auf die angrenzenden Bereiche des Journalismus, der Werbung oder des Marketings. Doch neben dem technologischen Wandel erfordern auch die globalen, politischen, demografischen und wirtschaftlichen Veränderungen in der Kommunikationsbranche eine große kommunikative Kompetenz der PR-Akteur:innen (Bourne, 2019, S. 3-6). So müssen die Rolle und der Status der PR sowie ihrer angrenzenden Berufe immer im Verhältnis zu anderen Berufsgruppen verstanden werden. Dabei definieren Grenzen nach Bourne (2019) den Zugang einer Profession zu Ressourcen wie Macht, Status oder Vergütung (Bourne, 2019, S. 8). So ergänzt Bourne (2019) die PR-Theorie um einen diskursanalytischen Rahmen, um die Grenzarbeit zwischen der PR und ihren angrenzenden Berufen zu dekonstruieren. Um weiters die Überschneidung der PR mit anderen Bereichen zu untersuchen und neue Perspektiven auf die PR als Aktivität, die sich ständig mit verwandten Bereichen wie Werbung oder Marketing überschneidet, zu liefern, wird sowohl die jüngste Expansion als auch die Hybridisierung innerhalb der Branche, wonach die Grenzen zwischen der PR und ihren angrenzenden Berufen aufgebrochen werden, berücksichtigt. Jedoch muss an dieser Stelle auch limitierend erwähnt werden, dass einige Berufe undurchsichtiger sind als andere und es für Forscher:innen nicht immer einfach ist, kontextbezogenes Material zusammenzutragen

und Bereiche vollständig zu analysieren (Bourne, 2019, S. 24-26). Allgemein ist nach Bourne (2019) die Grenzarbeit in einigen Bereichen schwierig zu untersuchen: „Some scholars argue that a process of de-professionalisation is taking place in knowledge-based occupations, marking the end of the ‚golden age‘ of professions“ (Bourne, 2019, S. 24-25). Bourne (2019) erwähnt an dieser Stelle, dass Grenzarbeit fragwürdig ist, wenn von pessimistischer Seite argumentiert wird, dass es gar keine echten Berufsgrenzen mehr gibt. Auch die PR ist so fragmentiert, dass das Aufstellen von Grenzen zu komplex werden könnte (S. 25).

Auch journalistische Rollen werden nach Hanitzsch & Vos (2017) in einer relationalen Struktur wie dem diskursiven Feld ausverhandelt und die Untersuchung dieser Rollen ist von zentraler Bedeutung für das Verständnis ihrer Identität sowie der Stellung des Journalismus in der Gesellschaft: „Studying the roles of journalists is central to our understanding of journalism’s identity and place in society“ (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 115). So hilft Journalist:innen die Art und Weise, wie sie ihre Beziehung zur Gesellschaft definieren, um ihrer beruflichen Tätigkeit einen Sinn zu geben und zu rechtfertigen (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 115). Hanitzsch & Vos (2017) gehen in diesem Zusammenhang aber auch davon aus, dass journalistische Rollen existieren, weil darüber diskutiert wird, und Teil eines größeren Bedeutungsrahmen sind, wobei die Identität und die Verortung des Journalismus in der Gesellschaft dabei im Mittelpunkt stehen. So gilt der Diskurs über die Rolle des Journalismus als zentrale Arena, in der journalistische Identität reproduziert und diskutiert wird – ein Ort, wo Akteur:innen um den Fortbestand oder um die Veränderungen ihrer journalistischen Identität kämpfen: „the discourse of journalistic roles is the central arena where journalistic identity is reproduced and contested“ (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 129).

Maares & Hanusch (2020) beziehen sich auf Grenzziehung als fortlaufenden Prozess der Unterscheidung zwischen In- und Outsiders sowie zwischen akzeptablen und abweichenden Praktiken. Denn die zuvor bereits erläuterte Durchlässigkeit von journalistischen Grenzen sowie die unscharfen Grenzen, in denen sich journalistische und andere gesellschaftliche Felder überschneiden, führen zu einer Art Machtkampf, in dem das journalistische Feld in Frage gestellt oder reproduziert wird (S. 263-264). Zentral in diesem Machtkampf ist, wie Journalist:innen ihre Rolle in der Gesellschaft definieren: „Examining journalists’ role orientations therefore allows us to understand how these social actors draw the boundaries of the journalistic field“ (Maares & Hanusch, 2020, S. 264). Neben den Rollenverständnissen sozialer Akteur:innen innerhalb des journalistischen Feldes sind in weiterer Folge auch die Rollenverständnisse sozialer Akteur:innen außerhalb oder an den Grenzen des Feldes (S. 264) – beziehungsweise innerhalb der PR – relevant.

2.3) Entwicklung von Rollen und Rollenverständnissen

Schöller (2022) bezieht sich auf „Rollen als dynamische Aspekte von Status“ (Schöller, 2022, S. 118), wonach innerhalb einer Gesellschaft bestimmte Erwartungen an Individuen in einer Position gerichtet werden, die sich in Aktivitäten und Qualitäten manifestieren. Dabei sind diese Erwartungen konstant, aber eine Rolle immer auch abhängig von ihrem sozialen Umfeld. So interpretiert Schöller (2022) Rollen als dynamisch und die Rollengestaltung eines Individuums als aktiv, da bestimmte Aspekte einer Rolle betont oder hervorgehoben sowie angepasst oder neu kreiert werden. Voraussetzung dafür ist, dass die jeweiligen Interaktionspartner:innen diese Rollen beziehungsweise Rollenverständnisse annehmen. Dem folgend geht Schöller (2022) von einem dynamischen Rollenbild aus, in welchem die Interaktionspartner:innen ihre und die Rollen ihres Gegenübers fortlaufend testen und hinterfragen (S. 118-119).

2.3.1) Rollenverständnisse im Journalismus

Hanitzsch (2007) beschäftigt sich in seiner Studie mit verschiedenen Journalismuskulturen und schlägt eine neue multidimensionale Struktur vor, die Rollen von Journalist:innen in drei grundlegenden Komponenten unterteilt (S. 372): „a conceptualization of journalism culture that consists of 3 essential constituents (institutional roles, epistemologies, and ethical ideologies), further divided into 7 principal dimensions: interventionism, power distance, market orientation, objectivism, empiricism, relativism, and idealism“ (Hanitzsch, 2007, S. 367). Dieser theoriegeleitete Ansatz nach Hanitzsch (2007) ermöglicht den Vergleich und die Klassifizierung verschiedener Berufsideologien: Die drei gewählten Komponenten sind von zentraler Bedeutung für die Öffentlichkeit sowie das Verständnis von Journalismus, wobei die sieben Dimensionen die normativen und tatsächlichen Funktionen von Journalismus in der Gesellschaft, die Zugänglichkeit der Realität und die Art der akzeptablen Beweise sowie die Antworten auf ethische Probleme berücksichtigen (S. 380). Zur Erfassung der institutionellen Rollen im Journalismus schlägt Hanitzsch (2007) weiters eine Unterteilung in drei Dimensionen vor: „interventionism, power distance, and market orientation“ (Hanitzsch, 2007, S. 372). Die erste Dimension, „interventionism“ (Hanitzsch, 2007, S. 372), spiegelt das Ausmaß wider, in dem Journalist:innen eine bestimmte Mission verfolgen beziehungsweise bestimmte Werte fördern. Die Unterscheidung erfolgt dabei durch zwei verschiedene Typen von Journalist:innen: Ein Typ ist intervenierend, sozial engagiert, handelt aktiv und fungiert teils auch als Sprachrohr für bestimmte Gruppen der Gesellschaft. Der zweite Typ ist distanziert, unbeteiligt, verpflichtet sich der Objektivität sowie der Unparteilichkeit und sieht sich lediglich als Vermittler:in von Nachrichten (S. 372-373). Die zweite Dimension, „power distance“ (Hanitzsch, 2007, S. 373), bezieht sich auf zwei Machtpositionen von Journalist:innen

gegenüber den Eliten der Gesellschaft: Die eine Position fordert die Mächtigen aktiv heraus, wird oft als Gegenkraft der Demokratie verstanden und Journalist:innen dieser Position sehen sich selbst als Wächter:innen. Die andere Position ist eher defensiv gegenüber Autoritäten und agiert als Sprachrohr der Regierung oder von Parteien (S. 373-374). Die dritte Dimension, „market orientation“ (Hanitzsch, 2007, S. 374), der institutionellen Rollen stellt den primären sozialen Fokus beziehungsweise die Marktorientierung dar, der die Nachrichtenproduktion leitet: In Journalismuskulturen mit niedriger Marktorientierung steht das öffentliche Interesse im Vordergrund und das Publikum wird als Bürger:innen angesprochen. Der primäre Zweck des Journalismus ist die Bereitstellung von Informationen für eine informierte Bevölkerung und die Förderung von politischer Beteiligung. Ist die Marktorientierung jedoch hoch, wird das Publikum in seiner Rolle als Konsument:innen betrachtet und Journalismus findet hauptsächlich in kommerziellen Medien statt (S. 374-375).

Nach Hanitzsch & Vos (2017) sind Journalismus sowie journalistische Rollen Teil eines größeren Bedeutungsrahmens und im Mittelpunkt dieses Diskurses stehen die Identität sowie die Verortung von Journalismus in der Gesellschaft. So werden journalistische Rollen diskursiv in einer relationalen Struktur ausverhandelt. Dabei sind verschiedene Beziehungsstrukturen zu berücksichtigen, in denen einige Akteur:innen mehr Macht haben als andere: „various actors struggle over discursive authority in conversations about the meaning and role of journalism in society“ (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 129). So gilt der Diskurs über die Rolle des Journalismus als zentrale Arena, in welcher Akteur:innen um den Erhalt und die Anpassung ihrer journalistischen Identität kämpfen und journalistische Identität auf diese Weise reproduziert und diskutiert wird. Dabei entsprechen journalistische Rollen unterschiedlichen Vorstellungen, „what journalists think they ought to do, what journalists want to do, what journalists really do in practice, and what journalists say they do“ (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 130), und einem dynamischen Verständnis des Wandels von Journalismus im Sinne eines fortlaufenden Kampfes zwischen konkurrierenden Auffassungen über die Identität und Stellung des Journalismus (S. 130). Nach Hanitzsch et al. (2019) definieren Journalist:innen ihre soziale Rolle – in einer Zeit, in der journalistische Ideale immer ambivalenter und unbeständiger geworden sind – auf unterschiedliche Weise, um ihre Arbeit in einen Bedeutungsrahmen einzuordnen. Denn journalistische Rollen befinden sich in einem ständigen Wandel: „they are subject to discursive (re)creation, (re)interpretation, appropriation, and contestation. In the context of struggles over professional jurisdiction, the discourse of journalistic roles legitimizes certain norms, ideas, and practices and delegitimizes others“ (Hanitzsch et al., 2019, S. 163). Dabei stehen die Identität und die Ausrichtung von Journalismus in der Gesellschaft im Mittelpunkt des Diskurses. Denn journalistische Orientierungen lassen sich nicht immer in der Praxis umsetzen: Nach Hanitzsch et al. (2019)

kann von einer Kluft zwischen den Rollen, die Journalist:innen anstreben, und den Rollen, die sie in der Praxis ausüben, ausgegangen werden. Insgesamt zeigen die Ergebnisse nach Hanitzsch et al. (2019) aber deutlich, dass in den untersuchten Ländern immer noch die klassischen Rollenkonzepte – Journalist:innen als Informant:innen oder Beobachter:innen – die Vorstellung dominieren (S. 163-165).

Nach Hanitzsch & Lauerer (2019) sollen Rollenverständnisse im Journalismus die soziale Identität und Legitimation von Journalismus in der Gesellschaft widerspiegeln. Dabei geht es um Vorstellungen, Ziele und Ideale, die aus gesellschaftlichen Erwartungen resultieren und die Journalist:innen an ihre beruflichen Tätigkeit stellen, wobei sich diese in weiterer Folge zu beruflichen Zielen verfestigen sowie ihr Handeln anleiten und letztlich auch die Berichterstattung beeinflussen können. So beinhaltet die Selbstwahrnehmung der eigenen beruflichen Rolle auch indirekte Erwartungen, die Journalist:innen seitens der Gesellschaft wahrnehmen, wie die Bereitstellung von Informationen, die Darbringung von Kritik, die Herstellung von Bezügen sowie Integration und Unterhaltung. Dabei ist das berufliche Rollenverständnis von Journalist:innen ein fortwährender gesellschaftlicher Diskurs, in dem die Beziehung von Journalismus und Gesellschaft laufend verhandelt, interpretiert und gegebenenfalls angepasst wird (S. 135-138). Jedoch unterstellen Hanitzsch & Lauerer (2019) diesem öffentlichen Diskurs eine Ambivalenz: „Das Ideal des objektiven, unabhängigen und überparteilichen Beobachters [sic] ist immer noch das stilbildende Element der öffentlichen Erwartung an ‚guten Journalismus‘. Verantwortungsbewusst sollten Journalisten [sic] sein, sowohl gegenüber der Wahrheit als auch gegenüber der Gesellschaft, ohne dabei ihr Publikum moralisch zu bevormunden“ (Hanitzsch & Lauerer, 2019, S. 135-136), wobei diese Idealvorstellungen laufend diskutiert werden und sich wandeln. So zeigen die Ergebnisse nach Hanitzsch & Lauerer (2019), dass Journalist:innen in Österreich, Deutschland und der Schweiz über ein Rollenverständnis verfügen, welches die Darbietung von neutraler Information und sachlicher Analyse präferiert. Zwar ist die Bedeutung interventionistischer Aspekte in allen drei Ländern sehr gering, jedoch ist das Bedürfnis zur Förderung von Toleranz und Vielfalt vor dem Hintergrund kritischer Debatten im beruflichen Rollenverständnis stark. Auffallend ist auch die ausgeprägte und wachsende Unterhaltungs- und Publikumsorientierung sowie der Anspruch, Konsument:innen bei der Bewältigung ihres Alltags zu helfen. Wobei sich die Ergebnisse beziehungsweise Rollenverständnisse im Journalismus je nach Umfeld, Medienkanal und Ressort unterscheiden, so dass zum Beispiel Lifestyle-Journalist:innen ihre Rolle anders wahrnehmen als Kolleg:innen im Politikressort einer Zeitung. Jedoch muss bei der Interpretation der Ergebnisse beachtet werden, dass es sich um Selbstauskünfte der befragten Journalist:innen handelt und diese nicht zwingend ihrem beruflichen Handeln entsprechen. Hanitzsch & Lauerer (2019) verweisen auf einige

Studien, die zwischen den theoretischen Ansprüchen und dem tatsächlichen Vorgehen von Journalist:innen eine Diskrepanz sehen sowie eine Strategie der rhetorischen Abwehr unterstellen, um eine vermeintliche öffentliche Kritik zu verhindern. So kann nicht eingehend geklärt werden, inwiefern die Angaben von neutraler Information oder unparteiischer Vermittlung die tatsächliche journalistische Praxis widerspiegeln (S. 159-161).

2.3.2) Rollenverständnisse in der PR

Nach Schöller (2022) sind Rollen in der PR an bestimmte Erwartungen geknüpft, dynamisch und abhängig von ihrem sozialen Umfeld, welches immer in das Verständnis einer Rolle einbezogen werden muss, da diese nicht für sich allein existieren kann: „Statt eine Rolle starr einzunehmen, werden bestimmte Aspekte einer Rolle betont und hervorgehoben, Rollen werden angepasst und neu kreiert“ (Schöller, 2022, S. 119). Für die Untersuchung von Rollen innerhalb der PR muss demzufolge geklärt werden, welche Erwartungen an PR-Berater:innen gerichtet sind, beziehungsweise, welche Rollenvorstellungen sie zu erfüllen haben. Denn anstelle der Unterscheidung in unterschiedliche PR-Rollenbilder geht Schöller (2022) von einer Vielzahl an Rollen aus, die PR-Berater:innen situativ bedingt erfüllen. Dem folgend gelten die jeweiligen Interaktionspartner:innen als der offensichtlichste Einflussfaktor auf die ausgeübte Rolle von PR-Berater:innen, wonach die Rolle in einem Gespräch mit Stakeholdern eine andere ist als in einem Gespräch mit Organisationsmitgliedern. Ebenso nehmen Merkmale der Organisation wie die Abteilungsgröße oder die Struktur, in welcher PR-Berater:innen tätig sind, oder personenbezogene Faktoren wie die Berufserfahrung, das Hierarchielevel oder der Ausbildungsweg Einfluss auf die ausgeführte Rolle. Dem folgend entwickelt Schöller (2022) eine Rollen-Systematik und unterteilt PR-Rollenbilder in drei Bereiche, in welche sich Rollen innerhalb der PR gliedern können (S. 119-122): „Interne Rollen“ (Schöller, 2022, S. 123) wie interne Berater:innen oder interne Impulsgeber:innen, „Externe Rollen“ (Schöller, 2022, S. 123) zum Beispiel als externe Sprecher:innen und Rollen im Bereich der „Koordination/Administration“ (Schöller, 2022, S. 123). Die durchgeführte Beobachtung nach Schöller (2022) zeigt neben einer gleichmäßigen Beobachtung aller Rollen auch, dass die ausgeübten Rollen individuell und kontextabhängig gewählt sind. Die beobachteten Personen üben eine Vielzahl an Rollen aus und wechseln häufig und schnell zwischen diesen (S. 129).

Bei der Beobachtung von wechselnden Rollen sollte berücksichtigt werden, dass Öffentlichkeitsarbeit stets als Teil eines Ganzen zu betrachten ist. Nach Heath (2006) besteht die Herausforderung darin, ihren Platz in diesem Ganzen zu entdecken: „One view of that whole is the nature of society and, consequently, the constructive and destructive roles that public relations can play to that end“ (Heath, 2006, S. 110). Denn nach Roberts-Bowman

(2021) berührt PR alles und jeden: „It is capable of having a tremendous impact helping organisations and individuals to connect, communicate and build relationships with those necessary for their survival and success“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 4). Die Struktur der PR-Branche besteht aus Organisationen, Öffentlichkeit und Kanälen: Organisationen kommunizieren mit der Öffentlichkeit und bauen Beziehungen zu ihr auf, PR-Berater:innen entwickeln dabei die Kommunikationsstrategie für die Kommunikation mit der Öffentlichkeit (S. 11). Demzufolge ist PR ein strategischer Kommunikationsprozess, der für beide Seiten vorteilhafte Beziehungen zwischen einer Organisation und ihrer Öffentlichkeit aufbaut, wobei Organisationen diese Beziehungen benötigen und PR dabei als Beziehungsfunktion fungiert (S. 5). Nach Roberts-Bowman (2021) ist PR allerdings nicht an ein bestimmtes PR-Instrument gebunden, sondern gliedert sich in fünf Kernkonzepte:

1. „PR ist management function“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 6): Die Beziehung zwischen einer Organisation und ihrer Öffentlichkeit soll aufgrund ihrer Bedeutung für den Erfolg ein Hauptanliegen der Organisationsleitung sein. Dabei beraten PR-Berater:innen über Zeitpunkt, Art und Form der notwendigen Kommunikation, wodurch sie maßgeblich an der Gestaltung mitwirken und auch in der Lage sein müssen, den Erfolg ihrer Leistungen zu messen (S. 6).
2. „PR involves two-way communication“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 6): Kommunikation soll den Menschen die Bedürfnisse einer Organisation mitteilen, aber ihnen auch zuhören, wenn sie ihre Anliegen vortragen. Dabei gilt die Bereitschaft zum Zuhören als ein wesentlicher Bestandteil im Aufbau von Beziehungen (S. 6).
3. „PR is a planned activity“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 6): Alle Maßnahmen, die von einer Organisation ergriffen werden, sollen sorgfältig geplant sein und mit den Werten und Zielen der jeweiligen Organisation übereinstimmen. Dabei sollten diese Maßnahmen auch mit den Werten und Zielen der für den Erfolg wichtigen Öffentlichkeit übereinstimmen (S. 6).
4. „PR is a research-based social science“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 6): Um als Organisation erfolgreich zu kommunizieren, ist ein umfassendes Verständnis über das jeweilige Umfeld sowie über mögliche Probleme im Tätigkeitsbereich durch formelle und informelle Forschung erforderlich (S. 6).
5. „PR is socially responsible“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 6): Die Verantwortung von PR-Berater:innen geht über die Ziele der Organisationen hinaus, denn sie sollen eine konstruktive Rolle in der Gesellschaft spielen (S. 6).

Weiters ergeben sich nach Roberts-Bowman (2021) sechs Spezialisierungen beziehungsweise Disziplinen von PR: „Research and Insights“ (Roberts-Bowman, 2021, S.

16), „Media Relations“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 16), „Digital Communications“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 16), „Publications Management“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 17), „Event Management“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 17) und „Copy writing“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 17). Die für die strategische Kommunikation erforderlichen Kompetenzen beziehungsweise technischen Fähigkeiten oder Verhaltensweisen von PR-Berater:innen hängen vor allem von der Rolle ab, die diese einnehmen, und variieren je nach Organisation oder Themengebiet. Es gibt keine einheitliche Auflistung der Haupttätigkeiten: Nach Roberts-Bowman (2021) organisieren einige PR-Berater:innen Events, andere fokussieren sich vielmehr auf schriftliche Kommunikation in Form von Unternehmens-Newslettern oder Blog-Posts (S. 13). Ein Versuch der Gliederung ergibt sieben Typen von PR nach Roberts-Bowman:

1. „Corporate PR“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 14) als Kommunikation im Namen der gesamten Organisation (S. 14);
2. „Consumer PR“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 15) als Kommunikation mit Personen, die Produkte und Dienstleistungen der Organisation kaufen, mit einer engen Verbindung zum Marketing (S. 15);
3. „Business to business“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 15) als Kommunikation mit anderen Organisationen beziehungsweise anderen Unternehmen, die Produkte und Dienstleistungen kaufen (S. 15);
4. „Public sector“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 15) als Kommunikation im Namen einer öffentlichen Einrichtung (S. 15);
5. „Not for profit or third sector“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 16) als Kommunikation im Namen einer Wohltätigkeitsorganisation (S. 16);
6. „Celebrity“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 16) als Kommunikation im Namen einer Person des öffentlichen Lebens zur Steigerung ihrer Bekanntheit (S. 16);
7. „Political communication“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 16) als Kommunikation im Namen einer politischen Partei (S. 16).

Da sich die PR auf Fachwissen aus vielen anderen Bereichen stützt und ihre Grenzen nicht immer klar definiert sind, kommt es häufig zu Überschneidungen. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass PR auf zwei Ebenen arbeitet: PR-Berater:innen agieren auf strategischer-unternehmerischer Ebene und können dazu beitragen, den Ruf und die Beziehungen eines Unternehmens zu verbessern. PR-Berater:innen sind aber auch auf der Verbraucher:innen-Ebene tätig und tragen dazu bei, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen. Dadurch zeigt sich, dass die Grenzen zu Marketing und Werbung stark verschwimmen, jedoch Werbung die Bezahlung eines Mediums, wie Fernsehen, Radio oder Print- beziehungsweise Online-Medien beinhaltet, um eine Werbebotschaft zu platzieren. Die

PR versucht hingegen, die gewünschte Berichterstattung in den Medien durch redaktionelle Beiträge zu generieren – also Journalist:innen zu überzeugen, dass ein Produkt oder eine Dienstleistung gut ist und darüber zu berichten, weil ein Newswert für die Rezipient:innen besteht. Journalist:innen können jedoch selbst entscheiden, wie eine Botschaft interpretiert und kommuniziert wird, wodurch das Unternehmen weniger Kontrolle als bei bezahlter Berichterstattung hat. Durch die digitalen Möglichkeiten im Online-Bereich verschwimmen diese Grenzen aber noch stärker und es ist nicht eindeutig, ob Inhalte, die ein Unternehmen über Social Media verbreitet, Werbung, Marketing oder PR sind (S. 13-20): „So there are clear distinctions but in the real world there are often blurred boundaries as sometimes the use of the channels can be used for both PR and marketing purposes“ (Roberts-Bowman, 2021, S. 21).

Dem folgend sind PR-Berater:innen nach Koch et al. (2017) auf Journalist:innen angewiesen, um ihre Informationen zu verbreiten, und Journalist:innen erwarten gleichzeitig von PR-Berater:innen, dass sie ihnen Informationen liefern. Es entsteht eine gegenseitige Abhängigkeit, die beiden Parteien eine gewisse Macht verleiht (S. 1): „both groups have a certain potential to influence each other, given there are certain resources available“ (Koch et al., 2017, S. 5). So sind sich nach den Ergebnissen von Koch et al. (2017) sowohl PR-Berater:innen als auch Journalist:innen bewusst, dass die jeweils andere Seite eine wichtige Rolle in der Ausübung ihres Jobs spielt (Koch et al., 2017, S. 11), wobei PR-Berater:innen den Einfluss der PR auf die journalistische Berichterstattung deutlich stärker einschätzen als Journalist:innen. Sie gehen davon aus, dass sie nützliche Informationen liefern, sich an die Arbeitsabläufe von Journalist:innen anpassen und ihr Einfluss auf den Journalismus vor allem durch ihre gute Beziehung zu Journalist:innen resultiert. Demnach gehen PR-Berater:innen davon aus, dass Journalist:innen aus inhaltlichen oder qualitativen Gründen auf Informationen der PR zurückgreifen und schätzen auch den beziehungsorientierten Ansatz als eine der wichtigsten Strategien ein. Hingegen ist im Journalismus die Meinung gängig, dass PR-Berater:innen ihren Einfluss durch Druck auf Journalist:innen ausüben sowie über gebuchte Werbeflächen als Gegenleistung für die gewünschte Berichterstattung (S. 12-14). Allerdings limitieren Koch et al. (2017) ihre Ergebnisse, da „both sides need to cope with intrarole conflicts“ (Koch et al., 2017, S. 13): Journalist:innen sollen unabhängige Nachrichten produzieren, doch sie sind gleichzeitig auf Inhalte der PR angewiesen – eine widersprüchliche Erwartung, die in Rollenkonflikten resultieren kann. Um mit diesen Rollenkonflikten umgehen zu können, neigen Journalist:innen nach Koch et al. (2017) dazu, den tatsächlichen Einfluss von PR eher zu unterschätzen. Auf der anderen Seite wird genau diese Einflussnahme von PR-Berater:innen in ihrer täglichen Arbeit erwartet, was zu einer Überschätzung ihrer eigenen Leistung führen kann (S. 13).

2.4) Ehemalige Journalist:innen in der PR

Da es für Journalist:innen zunehmend schwieriger wird, allein von ihrer Beschäftigung im Journalismus zu leben, nehmen diese immer öfter Aufträge oder Jobs in verwandten Bereichen wie der PR an. Nach Koch & Obermaier (2014) führt die Tätigkeit von Journalist:innen in der PR-Branche zunehmend dazu, dass die Grenzen der beiden Bereiche weiter verschwimmen beziehungsweise immer unschärfer werden (S. 474). Die zuvor erläuterten Rollenverständnisse von Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Tatsache, dass sich beide Bereiche deutlich in ihrer normativen Funktion unterscheiden, legen nahe, dass eine Doppelfunktion in beiden Branchen oder ein Berufswechsel in die PR auch mit möglichen Rollenkonflikten einhergehen (Viererbl & Koch, 2019, S. 1).

Koch & Obermaier (2014) gehen in Folge ihrer quantitativen Befragung von Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich davon aus, dass diese nicht über die gleiche berufliche Identität verfügen wie Journalist:innen ohne einer solchen Nebentätigkeit. Demnach ändert sich möglicherweise die journalistische Berufsidentität durch die Verrichtung von PR-Arbeiten. Insgesamt sind die Unterschiede der beiden Gruppen aber gering und die beruflichen Identitäten ähneln sich stark. Dabei ist jedoch auch zu beachten, dass für die Untersuchung die Daten der vorliegenden Stichprobe mit einer vergleichbaren Studie über deutsche Journalist:innen im Allgemeinen verglichen wurde und diese nicht repräsentativ für die Gesamtpopulation der freien Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich ist (S. 474-481).

Viererbl & Koch (2019) beschäftigen sich ebenfalls mit der beruflichen Sozialisation von ehemaligen Journalist:innen, die in die PR-Branche gewechselt sind, und der Frage, wie diese ihre berufliche Rolle wahrnehmen. Dabei zeigt sich, dass fast alle Befragten durch den Journalismus geprägt worden sind, aber ebenso die Hälfte der Befragten angibt, dass auch die PR einen Einfluss auf ihre berufliche Sozialisation hat. Dem folgend hat die erste berufliche Sozialisation im Journalismus stattgefunden und wurde später durch die PR ergänzt beziehungsweise erweitert. Weiters nennen die Befragten erhebliche Unterschiede in ihrer Wahrnehmung der beiden Berufe: Journalismus wird als objektiv, zeitnah, in der Funktion von Kritik und Kontrolle sowie als qualitativ hochwertige Berichterstattung gesehen, die einen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leistet. Demgegenüber soll die PR eine bestimmte Organisation oder Person wohlwollend repräsentieren, eine gewünschte Zielgruppe mit Informationen versorgen sowie Vertrauen und eine positive Reputation aufbauen. In weiterer Folge sprechen die Befragten von einem positiven Einfluss ihrer journalistischen Erfahrung auf ihre neue Tätigkeit in der PR. Trotzdem verfügen einige immer noch über das berufliche Selbstverständnis einer journalistisch arbeitenden Person. Wodurch davon ausgegangen

werden kann, dass die primäre Sozialisation als Journalist:in den Befragten erhalten bleibt und sie sich weiterhin als Journalist:innen identifizieren. Dem folgend ist es für die Befragten aber auch schwierig, sich einer Rolle – Journalist:in oder PR-Berater:in – eindeutig zugehörig zu fühlen, woraus in weiterer Folge die bereits angesprochenen Rollenkonflikte resultieren können (S. 9-10).

2.4.1) Gründe für den Berufswechsel in die PR

Koch & Obermaier (2013) geben an: „Fast die Hälfte der freien Journalisten [sic] in Deutschland arbeitet nebenberuflich auch in anderen Jobs, sehr viele von ihnen im PR-Bereich“ (Koch & Obermaier, 2013, S. 117). Da die Erwartungen und Interessen der beiden unterschiedlichen Berufsfelder oft kollidieren und dadurch möglicherweise sogar Konflikte entstehen können, ist besonders interessant für Untersuchungen, wieso so viele freie Journalist:innen Tätigkeiten im PR-Bereich annehmen. Nach Koch et al. (2012) bietet sich die Arbeit in der PR aufgrund der geforderten journalistischen Kenntnisse und Fertigkeiten sowie der wachsenden Nachfrage nach journalistischem Know-how von Seiten der PR an (S. 521). Koch & Obermaier (2013) gehen von finanziellen Aspekten als einer der Hauptgründe für Aufträge in der PR aus, da Journalist:innen von den geringen Honoraren im Journalismus nur kaum ihren Lebensunterhalt bestreiten können. Ebenso ist rund die Hälfte der Befragten aus Vergnügen und Interesse im PR-Bereich tätig und würde diesen Beruf auch ausüben, wenn sie zu ähnlichen finanziellen Bedingungen im Journalismus tätig sein könnten. Jedoch würden fast genauso viele befragte Personen keiner PR-Tätigkeit nachkommen, wenn sie die Wahl hätten. Es zeigt sich, dass die Gründe für den Wechsel in die PR vielseitig sein können und sowohl intrinsische als auch existenzsichernde Motive vorherrschen (S. 118-121). Koch & Obermaier (2014) unterteilen dem folgend ihre Stichprobe in zwei nahezu gleich große Gruppen: Die erste Gruppe ist intrinsisch motiviert und sucht aus freien Stücken eine Nebenbeschäftigung in der PR, die zweite Gruppe ist hingegen durch äußere Einflüsse dazu gezwungen, Aufträge in der PR anzunehmen, um den Lebensunterhalt zu verdienen. Mitglieder der ersten Gruppe geben signifikant häufiger an, ihre PR-Arbeit sei interessant und angenehm und schätzen eine Tätigkeit ausschließlich im Journalismus langfristig als eintönig ein. Trotzdem sehen sie ihr Einkommen im PR-Bereich als willkommene Einnahmequelle und unterscheiden sich darin kaum von jenen Personen, die extrinsisch motiviert sind. Insgesamt stufen jedoch Mitglieder der zweiten Gruppe ihre Tätigkeit im PR-Bereich signifikant häufiger als finanzielle Notwendigkeit ein (Koch & Obermaier, 2014, S. 477).

Viererbl & Koch (2019) sprechen allgemeiner von einer vorhandenen Unzufriedenheit im Journalismus als vorrangigen Grund für den Berufswechsel von Journalist:innen, wobei sie diese in intrinsische und extrinsische Einflüsse unterteilen: „According to this theory, job

satisfaction and job dissatisfaction are distinct and independent constructs that are affected by either intrinsic influences (motivators) or extrinsic influences (hygiene factors): Whereas satisfaction depends on the presence of motivators, dissatisfaction arises when hygiene factors are absent“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 3). Dabei beziehen sich Hygienefaktoren auf extrinsische Belohnungen wie finanzielle Anreize, Arbeitsplatzsicherheit oder ein positives Arbeitsumfeld. Fortwährende Veränderungen im Journalismus, wie Digitalisierung oder sinkende Werbeeinnahmen, resultieren in einer Abwesenheit dieser erforderlichen Hygienefaktoren und führen in weiterer Folge auch zu einer Unzufriedenheit im Journalismus und der Tatsache, dass sich Mitarbeiter:innen einen neuen Job suchen. Motivatoren beziehen sich hingegen auf intrinsische Einflüsse, die sich durch die Arbeit selbst ergeben, wie Wertschätzung, Erfolg, Verantwortung oder das Gefühl, etwas Sinnvolles zu tun. Diese Faktoren sind für Zufriedenheit am Arbeitsplatz verantwortlich, können aber auch dazu führen, dass Journalist:innen den Wunsch nach Veränderung oder neuen Herausforderungen verspüren. Da in der PR ähnliche Fähigkeiten und Kompetenzen gefordert sind, ist dieser Bereich besonders interessant für Journalist:innen. Insgesamt bietet die PR im Vergleich zum Journalismus ein höheres Gehalt, eine höhere Arbeitsplatzsicherheit und mehr Aufstiegschancen (S. 3). Weiters betrachten Viererbl & Koch (2019) die Gründe für den Berufswechsel vom Journalismus zur PR von zwei Seiten: „Therefore, we differentiate between push and pull factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 4). Push-Faktoren werden als negativ erlebte Einflüsse innerhalb der Arbeit von Journalist:innen definiert. Dazu gehören Hygienefaktoren wie Gehalt oder Arbeitsplatzsicherheit, aber auch Motivatoren wie Wertschätzung oder Verantwortung, deren Abwesenheit Journalist:innen aus ihrem Beruf im Journalismus drängen. Pull-Faktoren beziehen sich hingegen auf externe positive Einflüsse wie die Attraktivität eines anderen Jobs – zum Beispiel in der PR-Branche – und somit Personen in die PR locken (S. 4). In ihrer durchgeführten Studie kommen Viererbl & Koch (2019) zu der Erkenntnis, dass sowohl Push-Faktoren vorherrschen, die Journalist:innen aus ihrer Tätigkeit herausdrängen, als auch Pull-Faktoren, die sie in die PR-Branche ziehen. Dazu gehören zum Beispiel „Hygiene push factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 7), die Journalist:innen aufgrund eines Mangels an extrinsischer Belohnung aus ihrem Beruf drängen: In diesem Zusammenhang werden spezifische Arbeitsbedingungen, wie intensive Arbeitszeiten oder Arbeitsstress, von den Befragten als einer der Hauptgründe für ihren Berufswechsel genannt. Ebenso nennt mehr als die Hälfte der Befragten die schlechten Karrierechancen oder die fehlende Arbeitsplatzsicherheit als zentrale Motive, den Journalismus zu verlassen. Dazu zählt nicht nur die vorherrschende Unsicherheit des bestehenden Arbeitsplatzes, sondern auch die Schwierigkeit, eine neue Stelle im Journalismus zu finden (S. 7-8). Weiters sprechen Viererbl & Koch (2019) von „Motivating push factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 8), die als fehlende Motivatoren zu interpretieren sind

und Personen aus ihrem Beruf drängen. Die Ergebnisse zeigen, dass Journalist:innen, die in die PR-Branche wechseln, in erster Linie Motivatoren wie persönliche Entwicklungsmöglichkeiten oder Wertschätzung fehlen. Die Befragten nennen aber auch ein negatives Arbeitsklima oder unbefriedigende soziale Strukturen am Arbeitsplatz. Dem gegenüber stehen „Hygiene pull factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 8) und „Motivating pull factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9): Erstere sind als attraktive Eigenschaften der PR zu verstehen, wie ansprechende Arbeitszeiten, Teilzeitmöglichkeiten oder eine höhere Arbeitsplatzsicherheit als im Journalismus. Zweitere beziehen sich auf ein angenehmes soziales Umfeld und ein besseres Arbeitsklima, die für einen Berufswechsel sprechen. Neben den Arbeitsbedingungen begünstigen auch die Ähnlichkeit der beiden Tätigkeiten oder das Verlangen nach einer neuen Herausforderung beziehungsweise nach einem Perspektivenwechsel einen Wechsel in die PR-Branche (Viererbl & Koch, 2019, S. 9). Insgesamt zeigen die Ergebnisse nach Viererbl & Koch (2019), dass negativ wahrgenommene Strukturen Journalist:innen aus dem Journalismus drängen und positive Strukturen in der PR sie anziehen. Dazu gehören vor allem schlechte Arbeitsbedingungen und eine mangelnde Arbeitsplatzsicherheit im Journalismus sowie die positiv empfundenen Gegenstücke in der PR (S. 12).

2.4.2) Journalistische Erfahrung in der PR-Branche

Nach Koch & Obermaier (2014) sind journalistische Fähigkeiten, wie Schreib- und Leseverständnis, kritisches Denken sowie die Kenntnis der Strukturen und Routinen in einer Redaktion, zunehmend auch wichtige Eigenschaften für PR-Berater:innen: Ehemalige Journalist:innen wissen, wie man ansprechende PR-Texte verfasst, die von Redaktionen übernommen werden können, und verfügen auch über die erforderlichen Kontakte zu Journalist:innen in den Redaktionen (S. 474). Somit erscheint es der bisherigen Literatur folgend als logisch, dass Journalist:innen Tätigkeiten im PR-Bereich annehmen: Nach Viererbl & Koch (2019) ist der PR-Bereich für Journalist:innen besonders attraktiv, da ähnliche Fähigkeiten und Kompetenzen gefordert sind (S. 3). Auch nach Koch et al. (2012) empfinden Journalist:innen, die einen Berufswechsel erwägen, die Arbeit in der PR vor allem aufgrund der geforderten journalistischen Kenntnisse und Fertigkeiten attraktiv. Zusätzlich wächst die Nachfrage nach journalistischem Know-how im PR-Bereich stetig (S. 521). Dabei wird in der untersuchten Literatur allgemein von einer Ähnlichkeit der beiden Berufsfelder gesprochen und dass diese einen Wechsel in die PR begünstigt: „the similar spectrum of activities along with more motivating conditions pulled the interviewees toward the field of PR“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9). Dies zeigt sich auch in den Ergebnissen nach Viererbl & Koch (2019), wonach die Befragten angeben, ihre journalistischen Fähigkeiten in die PR zu übertragen und

ihre frühere berufliche Sozialisationserfahrung zu nutzen, selbst wenn sie sich voll und ganz als PR-Berater:in sehen. Auch wirkt sich demzufolge eine journalistische Tätigkeit in mehrfacher Hinsicht positiv auf ihre neue Arbeit im PR-Bereich aus (S. 10-11).

2.4.3) Rollenkonflikte von ehemaligen Journalist:innen in der PR

Die bisherige Theorie legt nahe, dass Rollen und Rollenverständnisse immer auch mit möglichen Rollenkonflikten einhergehen. Im PR-Bereich ergibt sich diese Diskussion vor allem durch die Tatsache, dass immer mehr Journalist:innen in verwandte Bereiche wie die Öffentlichkeitsarbeit wechseln, obwohl sich beide Tätigkeiten deutlich in ihrer normativen Funktion unterscheiden: „whereas journalists should report objectively and without bias, public relations practitioners are supposed to represent their clients' particular interests“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 1). Nach Koch & Obermaier (2013) hat sogar fast die Hälfte aller freien Journalist:innen in Deutschland zum Zeitpunkt der Befragung einen Nebenberuf, wie zum Beispiel im PR-Bereich (S. 117). Dabei müssen Journalist:innen, die nebenberuflich im PR-Bereich tätig sind, zum Teil gänzlich konträre Erwartungen erfüllen: Journalist:innen sollen zum einen ihren öffentlichen Auftrag erfüllen und sich nicht von den Interessen Dritter beeinflussen lassen. PR-Berater:innen müssen hingegen die partikularen Interessen ihrer Auftraggeber:innen bedienen. Können sie diesen konkurrierenden Erwartungen nicht gerecht werden, haben sie oft mit Rollenkonflikten zu kämpfen (Obermaier & Koch, 2013, S. 406). Rollenkonflikte resultieren also in erster Linie aus den erwähnten unterschiedlichen Rollen und Verhaltenserwartungen an Journalist:innen und PR-Berater:innen in der Gesellschaft, die sich oft widersprechen und demnach als nicht konsistent wahrgenommen werden (Koch et al., 2012, S. 521-522). Dabei werden Rollenkonflikte als aversive Spannungen erlebt und können sich negativ auf das Berufsleben sowie auf die Arbeitsleistung auswirken, weshalb in weiterer Folge häufig Strategien zur Vermeidung oder Reduzierung im Umgang mit möglichen Konflikten angewendet werden (Koch & Obermaier, 2014, S. 474-475)

Um die Wahrnehmung dieser Doppelrolle sowie den Umgang mit etwaigen Rollenkonflikten zu untersuchen, haben Koch et al. (2012) Leitfadeninterviews mit freien Journalist:innen, die zugleich Nebentätigkeiten im PR-Bereich nachgehen, durchgeführt (S. 520). Als freie Journalist:innen werden Personen definiert, die hauptberuflich für ein journalistisches Medium arbeiten, dort journalistische Tätigkeiten ausüben und keine festen Arbeitgeber:innen haben. Zeitgleich mussten alle Teilnehmer:innen mindestens 20 Prozent ihrer Arbeitszeit im PR-Bereich tätig sein und jedenfalls seit einem halben Jahr in dieser Doppelrolle agieren. Die Rekrutierung hat eine Stichprobe von 18 Befragten mit einem Altersdurchschnitt von 40,6 Jahren ergeben, von denen neun Personen weiblich sind. Der halbstandardisierte Leitfaden hat sich in drei thematische Bereiche gegliedert: Erstens zum beruflichen Werdegang

beziehungsweise zur beruflichen Situation, zweitens zum Rollenverständnis im Journalismus beziehungsweise der PR sowie zu den Arbeitsbedingungen und zur Arbeitszufriedenheit, drittens zur Wahrnehmung von und zum Umgang mit Rollenkonflikten. Um gültige Aussagen zu erhalten, wurden fiktive und reale Beispiele sowie Projektionen auf Dritte abgefragt (S. 525-526). Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Befragten dem Konfliktpotenzial ihrer Doppeltätigkeit als Journalist:in und als PR-Berater:in bewusst sind, derartige Rollenkonflikte jedoch kaum bei sich selbst, sondern vorwiegend bei Kolleg:innen wahrnehmen. Weiters geben die Teilnehmer:innen der Befragung an, vier Präventionsstrategien zu nutzen, um Konflikte zu vermeiden: Trennung der Themen, sorgfältige Auswahl der PR-Auftraggeber:innen, Abschirmung sowie Transparenz der PR-Tätigkeiten. Unvermeidbare Konfliktsituationen bewältigen die Befragten mit drei Strategien: einem Wandel des beruflichen Selbstverständnisses, einem Marginalisieren der eigenen PR-Tätigkeiten sowie einer Abweisung der Verantwortung für ihre Doppeltätigkeit (S. 520). Diese vielfältigen Präventionsstrategien und die Tatsache, dass einige der Befragten sogar von Gewissensbissen berichten, deuten darauf hin, dass das Konfliktpotenzial der Doppelrolle sehr wohl ernst genommen wird. Hingegen scheint es, dass jene Personen, die bereits längere Zeit im PR-Bereich tätig sind, sich mit ihrer Doppelrolle arrangiert haben oder sogar die Vorteile der bestehenden Synergien nutzen. Jedoch wollen alle Befragten ihr berufliches Selbstverständnis als Journalist:in wahren. Limitierend muss beachtet werden, dass unter den Befragten nicht alle Mediengattungen oder Ressorts vertreten sind und auch nicht hinsichtlich verschiedener Tätigkeiten im PR-Bereich unterschieden wird, wobei diese Kriterien Einfluss auf die Wahrnehmung von und dem Umgang mit Rollenkonflikten haben können. In weiterer Folge kann auch eine Verzerrung durch die sozial erwünschte Beantwortung der Teilnehmer:innen nicht ausgeschlossen werden (S. 531-532).

Im Vergleich dazu sind Koch & Obermaier (2013) quantitativ vorgegangen und haben eine Online-Befragung mit 1248 freien Journalist:innen durchgeführt – ebenfalls mit freien Journalist:innen, die nebenberuflich PR-Aufträge annehmen, und einem ähnlichen Erkenntnisinteresse: Die Untersuchung der Doppelrolle von Journalist:innen mit Nebentätigkeiten in der PR. Diese wurden 2012 per E-Mail kontaktiert, wobei 336 Personen den Fragebogen ausgefüllt haben. In weiterer Folge wurden diese nach den folgenden drei Auswahlkriterien selektiert: Jede:r Befragte muss – quasi hauptberuflich, also mindestens 20 Stunden pro Woche – Journalist:in bei einem journalistischen Medium sein, freiberuflich arbeiten und nebenbei im PR-Bereich tätig sein. So sind 173 Teilnehmer:innen in der Stichprobe verblieben (S. 120). Die Ergebnisse zeigen, dass die Befragten unterschiedliche Gründe für ihre Doppelrolle als Journalist:in und PR-Berater:in nennen: Ein Teil gibt an, beruflich keine andere Wahl zu haben, sowie ein ähnlicher großer Teil angibt, aus Spaß und

Interesse zusätzlich im PR-Bereich zu arbeiten. Ähnlich wie nach Koch et al. (2012) sind sich auch die Teilnehmer:innen der quantitativen Online-Befragung bewusst, dass ihre Doppelrolle zu Konflikten führen kann. Die Mehrheit gibt jedoch an, selbst eher selten davon betroffen zu sein und ihren Kolleg:innen, die ebenfalls in einer Doppelrolle agieren, unterstellt fast die Hälfte der Befragten Konflikte sowie einen nicht angemessenen Umgang damit (S. 117). Abschließend fassen Koch & Obermaier (2013) zusammen, dass einige Bedenken bezüglich der Doppelrolle als Journalist:in und PR-Berater:in überzogen sind: Es gibt nicht nur eine große Anzahl an Teilnehmer:innen, die freiwillig und gerne in dieser Doppelrolle agieren, sondern auch ein Bewusstsein für das daraus resultierende Konfliktpotenzial. Insgesamt gibt nur ein Drittel der Teilnehmer:innen an, hin und wieder bis häufig Konflikte zu erfahren, und die meisten empfinden diese als nicht problematisch (S. 125-126). Wobei Koch & Obermaier (2013) limitierend nennen, dass die untersuchte Stichprobe nicht repräsentativ für alle freien Journalist:innen in Deutschland mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich ist. Es kann auch nicht überprüft werden, ob die Untersuchten dasselbe Verständnis einer PR-Tätigkeit haben wie die Untersuchenden. Weiters besteht die Gefahr einer sozial-erwünschten Beantwortung oder einer post-hoc Rationalisierung. Außerdem wurde, wie bereits zuvor nach Koch et al. (2012, S. 532), nicht bezüglich unterschiedlicher Themengebiete im Journalismus und der PR unterschieden, wobei Konflikte je nach Ressort unterschiedlich ausgeprägt und relevant sein können sowie das resultierende Konfliktpotenzial von der jeweiligen Tätigkeit im PR-Bereich abhängen kann (Koch & Obermaier, 2013, S. 126).

Anhand dieser Stichprobe haben Koch & Obermaier (2014) in weiterer Folge detailliert untersucht, ob die befragten Personen aufgrund ihrer Doppelrolle Konflikte erleben und wenn ja, wie häufig diese Konflikte auftreten. Die Ergebnisse zeigen, siebzig Prozent der befragten Journalist:innen mit Beschäftigungen in der PR stimmen zu, dass eine gleichzeitige Tätigkeit im Journalismus und in der PR zu Interessenkonflikten führen kann, während nur rund sieben Prozent nicht zustimmen. Demzufolge sind sich die Befragten zwar bewusst, dass ihre Doppelrolle zu Konflikten führen kann, aber die Mehrheit sieht dies mit über fünfzig Prozent nicht als problematisch an (S. 475-479) – eine Erkenntnis, die von Koch et al. (2012) abweicht, wonach die Befragten das Konfliktpotenzial ihrer Doppelrolle ernst nehmen (S. 531). Weiters beschäftigen sich Koch & Obermaier (2014) mit der Frage, wie oft Journalist:innen im PR-Bereich mit Konflikten konfrontiert sind: Während nur rund zwölf Prozent der Befragten angeben, häufig oder sehr häufig Konflikte zu erleben, gibt die überwiegende Mehrheit mit über sechzig Prozent an, nie oder kaum Konflikte zu erleben. Die Ergebnisse zeigen auch, dass jene, die PR-Arbeit ausschließlich für ihren Lebensunterhalt verrichten, das Konfliktpotential als wesentlich problematischer ansehen und auch häufiger Konfliktsituationen erleben (S. 478-479). Insgesamt kommen Koch & Obermaier (2014) zu

dem Ergebnis, wie bereits zuvor Koch & Obermaier (2013), dass einige Befürchtungen in Bezug auf Rollenkonflikte von Journalist:innen in der PR übertrieben sind: „The present results indicate that some of the concerns regarding dual employment in journalism and PR are exaggerated“ (Koch & Obermaier, 2014, S. 480). Zwar gibt es Journalist:innen, die nur aufgrund finanzieller Motive in der PR tätig sind, jedoch genauso viele, die aus freier, intrinsischer Motivation heraus ihre PR-Tätigkeit ausüben. Ähnlich uneinig sind sich die Befragten in Bezug auf erlebte Konfliktsituationen: Ein Drittel der Befragten geben an, noch nie mit Rollenkonflikten konfrontiert gewesen zu sein sowie auch ein Drittel angibt, diese gelegentlich oder sogar häufig zu erleben: „This result shows that the combination of PR and journalism roles does actually, and not just potentially, result in conflicts that cannot be fully avoided despite the adoption of diverse prevention strategies“ (Koch & Obermaier, 2014, S. 481). Dabei muss jedoch beachtet werden, dass die Verzerrung der Daten auf Grund einer sozial-erwünschten Beantwortung nicht vollständig ausgeschlossen werden kann, wonach Befragte mögliche Rollenkonflikte möglicherweise nicht offen kommunizieren (S. 480-481).

Anhand dieser erläuterten Stichprobe und der vorherigen Erkenntnisse nach Koch & Obermaier (2013; 2014) haben Obermaier & Koch (2013) folgend die Auswirkungen von Rollenkonflikten auf freie Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich untersucht. Hier zeigt sich, dass die Befragten durch Rollenkonflikte belastet sind und somit unsicher, ob sie sich selbst als Journalist:in oder PR-Berater:in sehen. Befragte, die verinnerlicht haben, dass Journalist:innen keine PR betreiben sollen, nehmen diese Rollenkonflikte verstärkt wahr. Die daraus resultierende Belastung führt dazu, dass die Befragten vermehrt Stress im Berufsalltag wahrnehmen und mit ihrer beruflichen Situation weniger zufrieden sind (S. 406). Wobei sich Berufszufriedenheit und das Empfinden von Stress aufgrund von Rollenkonflikten wechselseitig aufeinander auswirken: Befragte, die durch ihre Doppelfunktion gestresst sind, sind gleichzeitig auch weniger zufrieden mit ihrer beruflichen Situation. Hingegen nehmen Befragte mit geringerer Zufriedenheit im Beruf verstärkt Stress aufgrund von Rollenkonflikten wahr. Jedoch wirkt sich die resultierende Unsicherheit aufgrund der eigenen beruflichen Identität nicht auf Stress oder Zufriedenheit im Beruf aus. Möglicherweise haben sich die Befragten bereits an ihre gespaltene berufliche Identität gewöhnt, so dass sie diese nicht weiter belastet. Wobei Obermaier & Koch (2013) auch hier eine Limitation der untersuchten Stichprobe angeben, da eine repräsentative Befragung freier Journalist:innen in einer Doppelrolle kaum durchführbar ist: Es gibt keine Pflicht innerhalb der Berufsgruppe sich zu registrieren oder Nebentätigkeiten im PR-Bereich offenzulegen, wodurch die Grundgesamtheit unbekannt ist. Auch wird in der durchgeführten Studie ausschließlich das Konfliktpotenzial der Doppelrolle untersucht und nicht die Auswirkungen eines einzelnen Konflikts, den die Befragten bei gleicher Tätigkeit unterschiedlich stark empfinden können.

Somit konnte nicht festgestellt werden, in welchen Situationen Journalist:innen, die auch im PR-Bereich arbeiten, Rollenkonflikte wahrnehmen oder in welcher Form sie diese stärker belasten (S. 415-416).

Bezugnehmend darauf haben Obermaier & Koch (2014) eine weitere Studie veröffentlicht und dabei die Folgen von Rollenkonflikten für freie Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich sowie die Auswirkungen von Rollen-bedingtem Stress im beruflichen Kontext detailliert beleuchtet. Die Ergebnisse zeigen einen positiven Zusammenhang zwischen Befragten, die angeben, dass Journalist:innen nicht in der PR arbeiten sollen, und einem höheren Maß an erlebten Rollenkonflikten (S. 621-625). Obermaier & Koch (2014) gehen dem folgend davon aus, dass freie Journalist:innen sensibler auf Rollenkonflikte reagieren, die aus der Doppelrolle und den damit einhergehenden widersprüchlichen Erwartungen resultieren, sowie diese intensiver erleben. In weiterer Folge bestätigen sich die Annahmen, dass freie Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich im Arbeitsalltag verstärkt angespannt sind und unsicher, welche berufliche Identität sie annehmen sollen. Dabei muss jedoch auch festgehalten werden, dass sich Rollenkonflikte nicht direkt auf Stress am Arbeitsplatz und die Arbeitszufriedenheit auswirken. Ebenso zeigt sich kein positiver Effekt der Unsicherheit über die eigene berufliche Identität auf den im Arbeitsalltag erlebten Stress sowie ein negativer Effekt auf die Arbeitszufriedenheit der Befragten. Möglicherweise, da sich die teilnehmenden Journalist:innen mit Tätigkeiten im PR-Bereich bereits an ihre Doppelrolle mit korrelierenden Erwartungen gewöhnt haben. Insgesamt ist auch festzustellen, dass die durchschnittliche Arbeitszufriedenheit der Befragten eher positiv ist, was darauf zurückgeführt werden kann, dass die meisten freien Journalist:innen intrinsisch motiviert sind (S. 623-625). Obermaier & Koch (2014) vermuten in weiterer Folge – ähnliche wie zuvor Koch et al. (2012, S. 531) – auch, dass Journalist:innen mit langjähriger Erfahrung im PR-Bereich weniger Rollenkonflikte erleben als jene, die noch unerfahren in der PR sind (Obermaier & Koch, 2014, S. 625-626).

Um in weiterer Folge betrachten zu können, wie sich der Verlust eines Arbeitsplatzes im Journalismus sowie eine neue Beschäftigung auf die berufliche Identität von Journalist:innen auswirkt, wird die Studie von Sherwood & O'Donnell (2016) herangezogen, welche zwischen 2012 und 2014 mittels einer Umfrage unter 225 Journalist:innen in Australien diese Auswirkungen untersucht hat. Dabei gehen sie davon aus, dass Journalist:innen während ihrer Tätigkeit im Journalismus gemeinsame Werte sowie eine gemeinsame Identität entwickeln. Dem folgend stellt sich die Frage, ob der Verlust des Arbeitsplatzes auch mit einem Verlust der journalistischen Kernwerte einhergeht. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass die berufliche Identität nach dem Verlust des Arbeitsplatzes schwächer wird und diese eng mit den journalistischen Arbeitsplätzen verbunden ist (S. 2-4). Dem folgend gilt der

Berufswechsel als Hauptgrund für den Identitätsverlust von Journalist:innen. Während sich einige Teilnehmer:innen auch nach ihrem Austritt aus dem Journalismus als Journalist:in bezeichnen, geben die meisten Befragten an, ihre journalistischen Fähigkeiten in ihre neue Rolle – beispielsweise als PR-Berater:in – zu übertragen: „This provides evidence to support a model of journalistic identity that is clearly linked to practice, rather than ideology“ (Sherwood & O'Donnell, 2016, S. 16). Ähnlich wie Koch & Obermaier (2014), die davon ausgehen, dass Journalist:innen im PR-Bereich nicht über die gleiche berufliche Identität verfügen wie Journalist:innen ohne eine solche Nebentätigkeit und sich die journalistische Berufsidentität möglicherweise durch die Verrichtung von anderen Arbeiten verändert (S. 474). Dem folgend deuten auch die Ergebnisse nach Sherwood & O'Donnell (2016) darauf hin, dass die berufliche Identität von Journalist:innen eine gewisse Flexibilität beinhaltet und Journalist:innen im PR-Bereich bestimmte Bewältigungsstrategien entwickeln, um mit den neuen Erwartungen in der PR umgehen zu können. Daraus wird eine zunehmende Mehrdeutigkeit beruflicher Identitäten abgeleitet und von der Annahme ausgegangen, dass Journalist:innen mehrere Rollen einnehmen. An dieser Stelle muss aber auch angemerkt werden, dass die untersuchte Stichprobe aus erfahrenen Journalist:innen besteht, die möglicherweise an einer traditionellen Vorstellung von Journalismus festhalten, womit nach Sherwood & O'Donnell (2019) die Schwierigkeit einhergeht, journalistische Funktionen außerdem der traditionellen Medien auszuüben. Auch der untersuchte Begriff der beruflichen Identität wurde im Laufe der Online-Befragung nicht eindeutig definiert, was zu einer Vielzahl unterschiedlicher Interpretation führen kann (S. 14-17).

Daran anschließend beschäftigten sich Viererbl & Koch (2019) mittels 17 qualitativer Interviews mit ehemaligen Journalist:innen aus Deutschland, die ihre Tätigkeit im Journalismus dauerhaft aufgegeben und in die PR gewechselt haben (S. 1). Dabei wurde untersucht, welche Gründe für den Berufswechsel verantwortlich sind, wie sich dieser auf das berufliche Selbstverständnis ehemaliger Journalist:innen auswirkt, ob sie dadurch Rollenkonflikte wahrnehmen und wie sie damit umgehen. Der Leitfaden der halbstrukturierten Interviews umfasste 23 Fragen, unterteilt in zwei Teile. Der erste Abschnitt beinhaltete Fragen zu den Motiven für den Berufswechsel (S. 4-7), welcher die Antworten entlang zweier Dimensionen kategorisiert: Push- versus Pull-Faktoren sowie Hygiene- und Motivationsfaktoren, wonach Journalist:innen aufgrund schlechter Arbeitsbedingungen weg vom Journalismus und hin zur PR gedrängt werden sowie extrinsische und intrinsische Formen der Belohnung durch die verrichtete Arbeit (S. 1). Im zweiten Teil wurden alle Teilnehmer:innen zu ihrer beruflichen Rolle, ihren Erwartungen an die Journalismus- und PR-Branche, ihren empfundenen Rollenkonflikten sowie zu den damit verbundenen Bewältigungsstrategien befragt (S. 7). Die Ergebnisse zeigen, dass sich die Befragten in erster

Linie durch das ähnliche Tätigkeitsspektrum im Journalismus und der PR sowie durch die motivierenden Bedingungen der PR angezogen fühlen. Viele haben die neue Herausforderung auch als interessant empfunden und einige betonten einen Perspektivenwechsel als motivierenden Faktor. Insgesamt zeigt sich aber, dass sowohl Push- als auch Pull-Faktoren für den Berufswechsel vom Journalismus zur PR relevant sind: „Push factors that force journalists out of their former professional environment often match pull factors that attract them to the field of PR, especially when it comes to working conditions“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9). In Bezug auf das eigene berufliche Selbstverständnis zeigt sich, dass fast alle Befragten ihre berufliche Sozialisation durch den Journalismus geprägt sehen, aber auch die Hälfte der Befragten, der PR einen Einfluss auf ihre berufliche Sozialisation zuschreibt. Insgesamt geben die Teilnehmer:innen an, dass sie ihre Erfahrungen aus dem Journalismus und ihre journalistischen Fähigkeiten in den Bereich der PR übertragen – selbst wenn sie sich voll und ganz als PR-Berater:in sehen, nutzen sie ihre frühere berufliche Sozialisationserfahrung, was zu gemischten Ergebnissen hinsichtlich ihrem beruflichen Selbstverständnis führt. Dem folgend hat auch die zuvor erläuterte Literatur nahegelegt, dass abweichende Rollenerwartungen zu Rollenkonflikten führen können. Dabei zeigen die Ergebnisse interessanterweise, dass die Befragten zwar auf ein allgemeines Konfliktpotential hinweisen, aber kaum persönlich wahrgenommene Rollenkonflikte erwähnen, sich in den Daten aber zahlreiche Hinweise auf eine Existenz erkennen lassen: So sprechen zum Beispiel einige Befragte von dem Gefühl, Informationen zurückhalten zu müssen, die sie als Journalist:innen verwendet hätten, und äußern in diesem Zusammenhang ethische Bedenken, wenn sie Journalist:innen gegenüber nicht ehrlich sind, um beauftragende Organisationen zu schützen. Dabei handelt es sich laut den Teilnehmenden um Bedenken, die vorrangig bei PR-Berater:innen auftreten, die zuvor in journalistischem Kontext gearbeitet haben. Viererbl & Koch (2019) fassen zusammen, dass ehemalige Journalisten:innen in der PR sich ihrer Rollenkonflikte bewusst sind, aber diese als überschaubar und nicht als schwerwiegend oder belastend empfinden (S. 9-12). Eine ähnliche Erkenntnis wie zuvor bei Koch & Obermaier (2014), wonach siebzig Prozent der Befragten zustimmen, dass eine Doppelrolle im Journalismus und der PR zu Konflikten führen kann, aber dies von über fünfzig Prozent nicht als problematisch angesehen wird (S. 478-479). Sie bewältigten derartige Spannungen vor allem dadurch, dass sie neue Rollenerwartungen offen kommunizieren, sich mit ihnen abfinden oder sich langsam anpassen (Viererbl & Koch, 2014, S. 12). Als Limitation geben Viererbl & Koch (2019) unter anderem an, dass sich die durchgeführte Studie ausschließlich auf Journalist:innen und PR-Berater:innen in Deutschland beschränkt. Zwar sehen sie das Zusammenspiel von Journalismus und PR in den meisten westlichen Ländern als recht ähnlich an und beobachten ähnliche Trends wie sinkende Werbeeinnahmen, Budgetkürzungen oder Entlassungen, andere Aspekte wie Ethik, institutionelle Rollen oder

Selbstkonzepte unterscheiden sich jedoch grundlegend, was Studien aus verschiedenen Ländern erforderlich macht (S. 14).

2.4.4) Strategien zur Vermeidung von Rollenkonflikten in der PR

Betrachtet man die zuvor erläuterten Rollenkonflikte, stellt sich die Frage, wie ehemalige Journalist:innen in der PR-Branche mit diesen Spannungen umgehen. Viererbl & Koch (2019) identifizieren verschiedene Strategien: Präventionsstrategien, um Konflikte schon im Vorfeld zu vermeiden, sowie Bewältigungsstrategien, um bereits bestehende Konflikte zu entschärfen (S. 11).

Koch & Obermaier (2013) definieren als mögliche Präventionsstrategien, um Rollenkonflikte zu vermeiden, die Trennung von Ressorts, Themen und Themenbereichen zwischen Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit. Wobei die Ergebnisse der durchgeführten Studie zeigen, dass dies nicht von allen Befragten so gehandhabt wird, um auf der anderen Seite beispielsweise Synergien bei der Bearbeitung spezifischer Themen nutzen zu können (S. 124). Nach Koch et al. (2012) soll die konsequente Trennung von Themenbereichen auch verhindern, dass über PR-Auftraggeber:innen journalistisch berichtet werden muss, um diese in weiterer Folge nicht zu verärgern. So gilt die Trennung von Themenbereichen als erstrebenswertes Optimum, das jedoch nicht in letzter Konsequenz stattfindet (S. 528-529): „Die konsequente Trennung von Themenbereichen und der Themen selbst erscheint also eher als utopische, normative Forderung, denn als realistische Option“ (Koch et al., 2012, S. 529). Diese Ansicht unterstreichen die Ergebnisse nach Koch & Obermaier (2014), wonach ein Drittel der Journalist:innen im PR-Bereich nicht an den gleichen Themen wie im Journalismus arbeitet, aber auch rund 40 Prozent ihre Themenbereiche nicht trennen (S. 479). Als weitere mögliche Präventionsstrategie gibt nach Koch & Obermaier (2013, S. 124; 2014, S. 479) fast die Hälfte der Befragten an, unter verfasste PR-Produkte nicht immer den eigenen Namen zu setzen und somit die ausgeführte PR-Tätigkeit nicht offen zu kommunizieren, um möglichen Rollenkonflikten vorzubeugen. Nach Koch et al. (2012) tendieren die Befragten sogar dazu, ihre PR-Tätigkeiten zu verschweigen beziehungsweise nicht offensiv zu kommunizieren oder die Selbstbezeichnung nach Auftraggeber:innen zu variieren. „Es kann auch sein, dass ein Journalist [sic] in manchen Situationen zum Verschweigen der PR-Rolle tendiert und diese in anderen Situationen von sich aus offen thematisiert“ (Koch et al., 2012, S. 530). Insgesamt zeigen die Ergebnisse der durchgeführten Studie jedoch, dass ebenso viele Journalist:innen in der PR, ihre PR-Tätigkeit offen kommunizieren, wie jene, die diese aktiv verbergen (S. 481). Eine weitere Präventionsstrategie ist die dezidierte Selektion von PR-Auftraggeber:innen, wonach rund drei Viertel der befragten Personen angegeben, nur für Kund:innen zu arbeiten, die ihre eigenen Einstellungen teilen und den eigenen Absichten

entsprechen (Koch & Obermaier, 2013, S. 124). Nach Koch et al. (2012) bedeutet diese gezielte Selektion der PR-Auftraggeber:innen, dass keine PR-Aufträge für Unternehmen oder Personen angenommen werden, die zweifelhafte Ziele verfolgen oder nicht den eigenen Standpunkten entsprechen. Diese Taktik gilt als Versuch der Journalist:innen, auch bei PR-Aufträgen die journalistische Perspektive beizubehalten (S. 529). Nach den Ergebnissen von Koch & Obermaier (2014) nehmen sogar über siebzig Prozent der Befragten PR-Aufträge für Organisationen und Personen an, die auch mit den persönlichen Werten übereinstimmen beziehungsweise nicht im Widerspruch zu den eigenen Werten stehen. Dem entgegen nehmen nur rund neun Prozent der Befragten auch Aufträge für Personen oder Organisationen an, die den persönlichen Werten widersprechen. Insgesamt bewerten Koch & Obermaier (2014) diese Strategie als jene, die am häufigsten angewendet wird, um potenzielle Konflikte zu vermeiden (S. 479-481).

Scheitert die Vermeidung von Rollenkonflikten jedoch oder ist nicht möglich, werden nach Viererbl & Koch (2019) drei Bewältigungsstrategien eingesetzt, um diesen entgegenzuwirken: Eine mögliche Strategie, die von Befragten genannt wird, ist das offene Ansprechen von Problemen und Konflikten, um den eigenen Standpunkt zu kommunizieren und Lösungen zu finden. Als zweite Strategie nennen Befragte die Resignation, wonach ehemalige Journalist:innen in der PR dazu neigen, auftretende Rollenkonflikte zu akzeptieren und diese nicht offen anzusprechen. Die dritte Strategie wird als Eingewöhnung bezeichnet, wobei sich die Befragten nicht nur an ihre neue Tätigkeit gewöhnen, sondern auch an die abweichenden Erwartungen und Ziele. Es kann also davon ausgegangen werden, dass ehemalige Journalist:innen in der PR einige Zeit benötigen, um sich auf ihre neue Rolle einzustellen und somit Rollenkonflikte zu vermeiden oder zu reduzieren (S. 12). Auch Koch et al. (2012) definieren den Wandel des eigenen Selbstverständnisses als mögliche Bewältigungsstrategien, um entstandene Rollenkonflikte zu meistern. Um die eigenen Rollen zu arrangieren beziehungsweise gegensätzliche Rollen aneinander anzugleichen, wird eine Rolle absorbiert oder es entsteht eine neue Rolle. Weiters berichten einige Befragte von einer Marginalisierung der eigenen PR-Tätigkeit, indem Journalist:innen ihre Arbeit in der PR auf Nischenthemen beschränken und beispielsweise nicht für Ressorts wie Politik oder Wirtschaft schreiben. Eine weitere Bewältigungsstrategie versucht, Konflikte durch Zurückweisung oder Verlagerung der Verantwortung zu meistern. Dabei streiten die Befragten die eigene Verantwortung für ihre Doppelrolle ab und beziehen sich auf eine schwierige wirtschaftliche Situation im Journalismus. Demnach werden Kompromisse eingegangen, um die eigenen Rechnungen bezahlen zu können (Koch et al., 2012, S. 530-531).

3) Problemstellung & Forschungsfragen

Die zunehmende Tätigkeit von Journalist:innen in der PR-Branche führt dazu, dass die Grenzen der beiden Branchen weiter verschwimmen beziehungsweise immer unschärfer werden (Koch & Obermaier, 2014, S. 474). In diesem Zusammenhang deuten die Rollenverständnisse der Journalismus- und PR-Branche sowie die Tatsache, dass sich beide Bereiche deutlich in ihrer normativen Funktion unterscheiden, darauf hin, dass diese auch mit möglichen Rollenkonflikten einhergehen (Viererbl & Koch, 2019, S. 1). Doch bezugnehmend auf die erläuterte Forschung muss an dieser Stelle angemerkt werden, dass die bisherigen Studien hauptsächlich quantitativ und vorrangig in Deutschland erfolgt sind. Österreich ist im Vergleich dazu ein kleines Land mit einer eigenen Medienlandschaft und -struktur, das eigene Untersuchungen benötigt. Koch & Obermaier (2013; 2014) beziehungsweise Obermaier & Koch (2013; 2014) haben vorrangig Journalist:innen in Deutschland, „die sowohl journalistisch als auch im PR-Sektor tätig sind, mittels einer quantitativen Onlinebefragung“ (Koch & Obermaier, 2013, S. 117) befragt. So befinden sich die Befragten größtenteils in einer Doppelfunktion als Journalist:in und PR-Berater:in oder sind hauptberuflich im Journalismus und nebenberuflich im PR-Bereich tätig. Ehemalige Journalist:innen, die vom Journalismus vollständig in die PR-Branche gewechselt sind, wurden bisher kaum untersucht. Dabei ist besonders in diesem Fall interessant, welche Gründe für einen vollständigen Wechsel in PR-Branche verantwortlich sind, wie sich das Rollenverständnis der befragten Personen nach ihrem Berufswechsel in die PR verändert, welchen Einfluss dabei die berufliche Erfahrung sowie das erlernte Know-how ehemaliger Journalist:innen nimmt, ob mögliche Rollenkonflikte in der neuen Funktion als PR-Berater:in entstehen, wie damit umgegangen wird beziehungsweise diese einen Einfluss auf die neue Tätigkeit nehmen.

3.1) Forschungsfragen

Den Ergebnissen sowie den Limitationen des zuvor erläuterten Forschungsstand folgend, ergeben sich drei forschungsleitende Fragestellungen sowie drei zugehörige Unterfragen, die im Zuge der vorliegenden Masterarbeit mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews mit ehemaligen Journalist:innen österreichischer Medien, die in die PR-Branche gewechselt sind, und einer inhaltlich-strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) beantwortet sowie analysiert werden sollen:

FF1: Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?

FF1.1: Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?

FF2: Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?

FF2.1: Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?

FF3: Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?

FF3.1: Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?

4) Methodische Umsetzung

Um die entwickelten Forschungsfragen zu untersuchen, werden in der vorliegenden Masterarbeit 15 leitfadengestützte Interviews mit 15 ehemaligen Journalist:innen der österreichischen Medienbranche, die in die PR-Branche gewechselt und jetzt als PR-Berater:innen in einer Wiener PR-Agentur tätig sind, als Expert:innen durchgeführt. Diese werden in weiterer Folge mittels der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) ausgewertet.

4.1) Qualitative Befragung mittels leitfadengestützter Expert:innen-Interviews

Qualitative Interviews mit Expert:innen können nach Kaiser (2021) als „ein systematisches und theoriegeleitetes Verfahren der Datenerhebung in Form der Befragung von Personen“ (Kaiser, 2021, S. 9) definiert werden. Sie sind auf eine offene und interpersonale Befragungssituation ausgerichtet, wobei der Befragte seine Antworten innerhalb des eigenen Referenzsystems wählen kann. So können mittels einer offenen Befragung nicht nur umfassende Informationen zu den forschungsleitenden Fragestellungen gewonnen, sondern auch soziale Konstruktionen und Prozesse verstanden werden. Im Detail werden die Expert:innen innerhalb des durchgeführten Interviews als Lieferant:innen von Information betrachtet und das Gespräch durch die Forschende so geleitet, dass die erwartete Information beziehungsweise möglichst viele Informationen generiert werden. Es wird angenommen, dass die befragten Expert:innen über exklusives Wissen verfügen, das zentral für das Erkenntnisinteresse der vorliegenden Masterarbeit ist und für den Einsatz der gewählten Forschungsmethode spricht. Dabei ist für die Gewinnung der gewünschten Sachinformationen eine Strukturierung mittels eines Interviewleitfadens erforderlich. Dieser Leitfaden gilt als Erhebungsinstrument der qualitativen Interviews und strukturiert beziehungsweise steuert die Interviewsituation. An dieser Stelle muss jedoch berücksichtigt werden, dass eine exakte Wiederholung der durchgeführten Befragung durch die Forschende bei offenen Interviews nicht möglich ist. Durch unterschiedliche Forscher:innen würden sogar unterschiedliche Informationen erzielt werden, wobei dieses Risiko in der durchgeführten Untersuchung durch nur eine agierende Forscherin ausgeschlossen werden kann. Dadurch können qualitative Interviews auch nicht den Anspruch der intersubjektiven Nachprüfbarkeit erfüllen. Ein weiterer Nachteil der Offenheit und der geringen Standardisierung des Erhebungsinstruments ist die nicht mögliche statistische Auswertung der gewonnenen Daten (Kaiser, 2021, S. 1-10). Die Ergebnisse sind nicht über den untersuchten Fall hinaus generalisierbar, sondern zielen vielmehr darauf ab, den Fall auf Basis der in weiterer Folge durchgeführten systematischen Analyse zu verstehen (Kaiser, 2021, S. 84) – in der

vorliegenden Masterarbeit mittels der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022).

An dieser Stelle muss auch angemerkt werden, dass Expert:innen-Interviews eine spezielle kommunikative Situation mit einigen Besonderheiten ist. So können sich zum Beispiel möglicherweise auftretende Interaktionseffekte in unterschiedlicher Form auf den Erfolg der Befragung auswirken: Der Eisbergeffekt zeichnet sich durch Misstrauen oder Desinteresse von Seiten der Expert:innen aus, nach dem Paternalismuseffekt dominieren die Expert:innen die Kommunikationssituation und geben gezielt Informationen weiter, der Rückkopplungseffekt führt zu einer Umkehrung der Interview-Rollen in Form von Befragten, die den Interviewenden Fragen stellen, und der Katharsiseffekt als eine Selbstinszenierung der Expert:innen (Kaiser, 2021, S. 93-95). Das mögliche Auftreten dieser Effekte lässt sich unter anderem dadurch erklären, dass eine Befragung eine ungewohnte Situation für die Expert:innen schafft. So liegt es im Interesse der Forschenden, sich in der durchgeführten Untersuchung an die Datenschutzgrundverordnung und ethische Grundsätze zu halten: personenbezogenen Daten werden gewahrt, Gesprächsinhalte werden vertraulich behandelt, Interviewpartner:innen werden über den Zweck und Inhalt der Forschung informiert und die Forschende agiert integer, objektiv und professionell (Kaiser, 2021, S. 53-57).

4.2) Erläuterung der Stichprobe

Ein wesentlicher Aspekt des gewählten Forschungsdesigns ist die begründete Auswahl der befragten Expert:innen. Da das Verfahren nicht auf Generalisierung abzielt, besteht bei der Suche nach Gesprächspartner:innen nicht die Anforderung, eine repräsentative Stichprobe oder etwa alle verfügbaren Expert:innen zu befragen. Vielmehr werden die Expert:innen nach inhaltlichen Erwägungen und eigenen Überlegungen ausgesucht, die begründet und nachvollziehbar dargelegt werden: Welche Expert:innen verfügen über relevante Informationen, um die forschungsleitenden Fragestellungen zu beantworten, und können sie diese auch präzise wiedergeben? Welche dieser Expert:innen sind auch im geplanten Zeitraum verfügbar und bereit, Informationen zu geben (Kaiser, 2021, S. 84-85)?

Das Finden der relevanten beziehungsweise geeigneten Teilnehmer:innen ist nicht nur essenziell für den Erfolg des Erhebungsinstruments, sondern gilt auch als Schwierigkeit von qualitativen Interviews mit Expert:innen: Nach Kaiser (2021) steht in erster Linie die fundierte Recherche möglicher Gesprächspartner:innen im Mittelpunkt der Vorbereitung (S. 156-159). Für die durchgeführte Untersuchung begründet sich das Wissen der gesuchten Expert:innen durch ihre Berufsrolle (Kaiser, 2021, S. 41), wodurch diese „Träger des für die wissenschaftliche Analyse relevanten Funktionswissens“ (Kaiser, 2021, S. 44) sind. Im Zuge

der vorliegenden Masterarbeit verfügen somit ehemalige Journalist:innen der österreichischen Medienbranche, die in die PR-Branche gewechselt haben und zur Zeit der Befragung als PR-Berater:innen in einer Wiener PR-Agentur tätig sind, über dieses Wissen und sind für die durchgeführten Interviews relevant. Wobei an dieser Stelle zu berücksichtigen ist, dass die Zuschreibung dieser Expert:innenrolle durch die Forscherin der vorliegenden Masterarbeit im Forschungsprozess selbst erfolgt (Kaiser, 2021, S. 45). Um für die Auswahl geeignete Mitarbeiter:innen von Wiener PR-Agenturen zu finden, wird der Agenturfinder des Public Relations Verband Austria herangezogen. Relevant sind alle gelisteten Full-Service-Agenturen, die über keinen fachlichen Schwerpunkt verfügen und in Wien mit einem Standort ansässig sind. Nach diesen Kriterien hat die Suche 27 Treffer ergeben, wonach PR-Berater:innen aus 27 Wiener PR-Agenturen als mögliche Expert:innen für die Auswahl in Frage kommen (Agenturfinder - PRVA Public Relations Verband Austria, 2022). In weiterer Folge ist relevant, dass die möglichen Gesprächspartner:innen einen gewissen Zeitraum im Journalismus sowie einen gewissen Zeitraum im PR-Bereich tätig sind, wobei dieser Zeitraum offen und variabel ist: Mögliche Expert:innen können sowohl mehrere Jahre als Journalist:in und wenige Monate als PR-Berater:in tätig sein als auch umgekehrt. Wichtig ist, beide Branchen kennengelernt zu haben, um Informationen zu den forschungsleitenden Fragestellungen wiedergeben zu können. Um die gewünschten Gesprächspartner:innen für die geplante Befragung zu finden, wurde eine Online-Recherche auf den LinkedIn-Seiten der relevanten PR-Agenturen durchgeführt: Die Profile von Mitarbeiter:innen, die angeben dort zu arbeiten, wurden nach möglichen Hinweisen auf einen beruflichen Werdegang im Journalismus untersucht. Zusätzlich wurden die Websites der Agenturen auf mögliche Angaben über ihre Mitarbeiter:innen und deren Karriereweg durchleuchtet. Diese Recherche ergab eine vorläufige Stichprobe von 22 Expert:innen. Anschließend wurden die geeigneten Personen im ersten Schritt schriftlich per E-Mail kontaktiert und ihnen bereits an dieser Stelle ihre zentrale Rolle für die geplante Untersuchung erläutert, was nach Kaiser (2021) wichtig für die Gewinnung der Gesprächspartner:innen ist (S. 157). Ebenso ist nach Kaiser (2021) zu berücksichtigen, dass die Auswahl der Interviewpartner:innen durch den Grundsatz der Offenheit qualitativer Interviews auch noch nachträglich um weitere Interviewpartner:innen ergänzt werden kann: Etwa, wenn Hinweise zu möglichen Expert:innen in geführten Interviews gegeben werden oder bisherige Gesprächspartner:innen den Zugang zu diesen erleichtern (S. 90). An dieser Stelle muss auch angemerkt werden, dass allen Expert:innen der durchgeführten qualitativen Interviews Anonymität zugesichert wurde und keine persönlichen Daten in der vorliegenden Untersuchung für die Analyse herangezogen werden.

4.2.1) Beschreibung der finalen Stichprobe

Die zuvor erläuterte Recherche ergab eine vorläufige Stichprobe von 22 Expert:innen, die schriftlich per E-Mail kontaktiert wurden. Der Text für die Kontaktaufnahme mit den Befragten ist der vorliegenden Arbeit angehängt. Die E-Mail-Adressen der relevanten Personen konnten zum Großteil über die jeweiligen Webseiten der PR-Agenturen herausgefunden werden. Die schriftliche Akquise ergab elf Zusagen, drei Absagen und acht Personen, die sich nicht zurückgemeldet haben. Zwei Interviewpartner:innen sowie zwei Personen, die ihre Teilnahme absagen mussten, konnten außerdem vier weitere Expert:innen für die durchgeführten Interviews empfehlen. Insgesamt wurden somit 15 Expert:innen interviewt.

Bei der Akquise der Expert:innen beziehungsweise bei der Durchführung der 15 Interviews wurde weiters auf eine gleichmäßig-demografische Verteilung geachtet: Acht der interviewten Expert:innen sind weiblich und sieben männlich. Sieben Personen sind zwischen 24 und 34, fünf zwischen 35 und 45 sowie drei über 46, wobei die älteste teilnehmende Person 63 Jahre alt ist. Betrachtet man den höchsten abgeschlossenen Bildungsgrad der Teilnehmenden zeigt sich, dass zwei Personen eine Matura haben, fünf einen Bachelor, sieben einen Master oder Magister und eine Person einen Doktor-Titel. Wobei an dieser Stelle zu berücksichtigen ist, dass für die Ausübung einer Journalismus- oder PR-Tätigkeit kein Studium zwangsläufig erforderlich, aber üblich ist und das hohe Bildungslevel der interviewten Personen erklärt. Weiters sind zum Zeitpunkt der Befragung zwölf der 15 Teilnehmer:innen in einer von acht genannten PR-Agenturen als PR-Berater:in tätig, wovon sich sechs Personen in einer höheren Position als Senior Consultant, Account Director oder Geschäftsführer:in befinden sowie sechs Personen in einer noch frühen oder mittleren Karrierestufe als Trainee, Junior Consultant oder Consultant. Davon gibt eine Person an, zusätzlich zur aktuellen PR-Tätigkeit wenige Monatsstunden journalistisch für ein regionales Medium im Sport-Ressort zu arbeiten, wodurch es zu keiner Überschneidung mit dem PR-Bereich kommt und diese Tatsache somit in weiterer Folge nicht relevant für die durchgeführte Untersuchung ist. Von den anderen drei der 15 befragten Expert:innen ist eine Person gleichzeitig im Journalismus und der PR mit sich überschneidenden Themenbereichen tätig, eine Person ist vom Journalismus in die PR und wieder zurück in den Journalismus und eine Person vom Journalismus in die PR und dann in die politische Kommunikation gewechselt. Dabei sind neun Personen länger im Journalismus als in der PR und sechs Personen länger in der PR als im Journalismus. Wobei sieben Personen angeben, fünf Jahre oder kürzer in der PR tätig zu sein, sowie acht Personen eine Tätigkeitsdauer zwischen sieben und 24 Jahren nennen. Weiters geben neun Personen an, sieben Jahre oder länger im Journalismus gewesen zu sein, sowie sechs Personen, die ihre Tätigkeit auf einen Zeitraum von unter drei Jahren beschränken.

Insgesamt führt die Auswahl der Expert:innen somit entsprechend der angestrebten theoretischen Sättigung zu einer ausreichend großen und qualitativ wertvollen Stichprobe für die Beantwortung der untersuchten Forschungsfragen. Eine mögliche Limitation der durchgeführten Untersuchung ergibt sich möglicherweise durch den Fakt, dass sieben Personen jünger als 34 Jahre sind sowie acht Personen nur fünf Jahre oder kürzer im PR-Bereich gearbeitet haben.

4.2.2) Auflistung der Expert:innen für die Auswertung

Die folgende Tabelle veranschaulicht die demographische Verteilung der befragten Personen, ihre aktuelle und vorherige berufliche Tätigkeit sowie ihre jeweilige Benennung für den weiteren Verlauf der durchgeführten Analyse:

Benennung	Geschlecht	Alter	Aktuelle Tätigkeit	Vorherige Tätigkeit
Respondent 1	männlich	63	Account Director, PR	Chefredakteur
Respondent 2	weiblich	26	Consultant, PR	Studentin, freie Journalistin
Respondent 3	weiblich	36	Account Director, PR	Freie Redakteurin, Wirtschaftsressort
Respondent 4	männlich	56	Kommunikationsberater	Journalist
Respondent 5	weiblich	49	Geschäftsführerin, PR	Freie Journalistin
Respondent 6	männlich	24	Trainee, PR	Freier Journalist
Respondent 7	weiblich	33	Kommunikationsberaterin	Redakteurin
Respondent 8	männlich	25	Consultant, PR	Sportjournalist

Respondent 9	weiblich	33	Senior Consultant, PR	Redakteurin
Respondent 10	weiblich	24	Junior Consultant, PR	Studentin, freie Journalistin
Respondent 11	männlich	41	Senior Consultant, PR	Ressortleiter, Chef vom Dienst
Respondent 12	männlich	42	Senior Consultant, PR	Journalist
Respondent 13	weiblich	36	Chefredakteurin	PR-Beraterin
Respondent 14	weiblich	45	PR-Beraterin, freie Journalistin	Journalistin
Respondent 15	männlich	29	Chefredakteur	PR-Berater

4.3) Beschreibung des Leitfadens

Um die Expert:innen der durchgeführten Befragung nicht unmittelbar mit den entwickelten Forschungsfragen zu konfrontieren, werden Fragen innerhalb eines strukturierten Leitfadens konstruiert, die der Realität ihres Wirkungskontextes entsprechen. So dient der Leitfaden als eine Art Übersetzung des Forschungskontextes in die Erfahrungswelt der Expert:innen und ermöglicht es, die Interviewsituation zu strukturieren beziehungsweise zu steuern und mittels der gewonnenen Ergebnisse Antworten auf die forschungsleitenden Fragestellungen zu finden (Kaiser, 2021, S. 7-8). Wobei an dieser Stelle nach Kaiser (2021) zu berücksichtigen ist, „dass der Ablauf entsprechend des Leitfadens das Maß aller Dinge ist“ (Kaiser, 2021, S. 95). Die Interviewsituation ist keine statische, sondern kann im Gesprächsverlauf variieren: Flexibel zwischen den verschiedenen Themenbereichen zu wechseln und gegebenenfalls später auf wichtige Fragen zurückzukommen, gilt als zentral für den Erfolg des Erhebungsinstruments sowie für die Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellungen und ist nebenbei auch als Vorteil des qualitativen Vorgehens zu interpretieren. Dabei ist es

als Forschende wichtig, die Kontrolle über den Verlauf des Interviews zu behalten, ohne den Kommunikationsprozess zu stören (Kaiser, 2021, S. 93-95). Für den Erfolg des Leitfadens gilt weiters als Voraussetzung, dass sich die Forschende der vorliegenden Masterarbeit stets offen für Informationen und Bewertungen der Befragten zeigt, die nicht mit der eigenen oder bisherigen Wahrnehmung übereinstimmen. So müssen die Gesprächspartner:innen stets die Möglichkeit haben, ihre Ansichten auf die im Leitfaden gestellten Fragen darlegen zu können und Fragestellungen sollten nicht darauf abzielen, ausschließlich Bestätigung für vorhandene Annahmen zu erhalten. Aus diesem Grund gilt nach Kaiser (2021) Neutralität als ein wichtiges Gütekriterium bei der Auswahl und Formulierung der Interviewfragen (S. 11-12).

Der im Zuge dieser Masterarbeit entwickelte Leitfaden zeichnet sich sowohl durch den Einsatz unterschiedlicher Fragetypen als auch durch die systematische Anordnung von Fragen zu unterschiedlichen Dimensionen des Erkenntnisinteresses aus (Kaiser, 2021, S. 12). So lassen sich die formulierten Fragen für die Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellungen in drei thematische Bereiche unterteilen. Zusätzlich werden für die anschließende Einordnung der Antworten soziodemographische Daten, wie Alter, Geschlecht, höchster abgeschlossener Bildungsgrad, der aktuelle Beruf und der vorherige Beruf sowie der Tätigkeitszeitraum im Journalismus und im PR-Bereich abgefragt. Denn um die durchgeführten Leitfadeninterviews nachträglich im Zuge der Auswertung beurteilen beziehungsweise einordnen zu können, ist es nach Kaiser (2021) erforderlich, persönliche Informationen über die Expert:innen zu erheben (S. 12). Außerdem werden die Teilnehmer:innen zu Beginn im Sinne der Rechtmäßigkeit über den Zweck der durchgeführten Forschung sowie über den geplanten Ablauf aufgeklärt. In Anlehnung an die von Koch et al. (2012) durchgeführten halbstandardisierten Leitfadeninterviews gliedert sich auch der Leitfaden in der vorliegenden Masterarbeit in drei thematische Bereiche (S. 525): Fragen zum beruflichen Werdegang beziehungsweise zur beruflichen Situation sowie zu den Gründen für den Berufswechsel, Fragen zum beruflichen Rollenverständnis von ehemaligen Journalist:innen in der PR-Branche und zum Einfluss ihrer Journalismus-Erfahrung auf ihre neue PR-Tätigkeit, Fragen zur Wahrnehmung und Vermeidung von möglichen beruflichen Rollenkonflikten. Besonders beim dritten Abschnitt ist nach Koch et al. (2012) zu beachten, da „aufgrund der Sensibilität des Themas könnten die Antworten durch soziale Erwünschtheit verzerrt werden“ (Koch et al., 2012, S. 526), dass in erster Linie verschiedene Beispiele aus der Praxis sowie Projektionen auf Dritte beziehungsweise Kolleg:innen abgefragt werden (S. 526). Zu erwähnen ist an dieser Stelle auch, dass nach Viererbl & Koch (2019) die Interviewerin zwar an den entwickelten Leitfaden gebunden ist, aber auch die Möglichkeit hat, die Reihenfolge der Fragen im Verlauf des Interviews anzupassen, an gewissen Stellen verstärkt ins Detail zu gehen oder Punkte zu präzisieren (S. 7).

Dem folgend dient der erste Teil des Leitfadens vordergründig der Beantwortung der ersten Forschungsfrage FF1, „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“, sowie der sich daraus ableitenden Forschungsfrage FF1.1, „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“. Die Teilnehmer:innen werden gebeten, ihre aktuelle berufliche Tätigkeit zu beschreiben und dabei auf die Gründe für ihren vollzogenen Berufswechsel einzugehen. Diese Gründe werden über Fragen wie „Was waren die Gründe für Ihren Berufswechsel? Warum haben Sie vom Journalismus in eine PR-Agentur gewechselt?“ eruiert beziehungsweise durch gezielt vorgeschlagene Aspekte wie „ein ähnlicher Tätigkeitsbereich als Journalist:in und PR-Berater:in“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9), „Freude beziehungsweise Interesse an der neuen Tätigkeit“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9), „Finanzielle Gründe“ (Koch, 2012, S. 527) oder „eine gute und wachsende Auftragslage sowie eine größere Jobsicherheit in der PR-Branche“ (Koch, 2012, S. 527) konkret abgefragt.

All jene Fragen aus dem zweiten Teil beziehen sich auf die zweite Forschungsfrage FF2, „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“, sowie auf die sich daraus ableitende Forschungsfrage FF2.1, „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“. Durch Fragestellungen wie „Würden Sie sich selbst aktuell als PR-Berater:in oder als Journalist:in bezeichnen?“ oder „Vergleichen Sie Ihre Funktion als Journalist:in mit Ihrer Funktion als PR-Berater:in – Sehen Sie Unterschiede in Bezug auf Ihre berufliche Rolle? Wenn ja, welche?“ soll eruiert werden, über welches berufliche Selbstverständnis die Befragten verfügen. Weiters wird mittels konkreter Beispiele aus der Praxis abgefragt, ob die Erfahrungen aus dem Journalismus Einfluss auf die neue Tätigkeit als PR-Berater:in nehmen, wie etwa „beim Verfassen von Presstexten“, „bei Gesprächen mit Journalist:innen“ oder „beim Platzieren von Artikeln beziehungsweise beim Verfassen dieser“.

Der dritte Teil des Leitfadens zielt weiters darauf ab, Antworten auf die dritte Forschungsfrage FF3, „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“, sowie die zugehörige Forschungsfrage FF3.1, „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“, zu finden. Zu Beginn wird der Begriff der Rollenkonflikte kurz erklärt, so dass alle Befragten über das gleiche Verständnis verfügen. Anschließend sollen durch Fragen wie „Würden Sie dem folgend sagen, dass Sie aufgrund Ihrer vorherigen Tätigkeit als Journalist:in jetzt als PR-Berater:in persönlich Rollenkonflikte wahrnehmen? Also die

Verhaltenserwartungen an Ihre vorherige Position im Journalismus und an Ihre jetzige Position in der PR-Branche sich widersprechen?“ oder „Wenden Sie Strategien an, um auftretenden Rollenkonflikten vorzubeugen oder entgegenzuwirken?“ Informationen über das Auftreten möglicher Rollenkonflikte sowie den Umgang damit gewonnen werden. In weiterer Folge bringen Fragen wie „Haben diese Rollenkonflikte Einfluss auf Ihre Tätigkeit als PR-Berater:in?“ inklusive Beispielen aus der Praxis in Erfahrung, ob Rollenkonflikte Einfluss auf ihre Tätigkeit im PR-Bereich nehmen.

4.3.1) Durchführung der Leitfadeninterviews und Transkription

Die 15 befragten Expert:innen der vorliegenden Untersuchung wurden im November und Dezember 2022 interviewt, wobei vier Interviews persönlich und elf virtuell über Microsoft Teams erfolgt sind. Im Schnitt haben die Gespräche zwischen 45 Minuten und eineinhalb Stunden gedauert und der erstellte Leitfaden wurde dabei im Sinne des qualitativen Vorgehens geringfügig an den jeweiligen Gesprächsverlauf angepasst.

Die anschließende Transkription der durchgeführten Leitfadeninterviews ist mittels der Transkriptionssoftware f4transkript (audiotranskription, dr.dresing & pehl GmbH) erfolgt. Dabei wurden einige wenige Transkriptionsregeln nach Kuckartz (2022, S. 200-201) berücksichtigt und an die durchgeführten Interviews geringfügig angepasst:

1. Jeder Beitrag beziehungsweise jede Aussage einer Person wird als eigener Absatz transkribiert und durch das Kürzel „P1“ oder „P2“ für die Interviewende sowie für die befragte Person eingeleitet. Zeitmarken werden jeweils am Ende des Absatzes eingefügt.
2. Die Transkription erfolgt wortwörtlich und nicht zusammenfassend. Dialekte werden im Einzelfall im Sinne der Verständlichkeit an die hochdeutsche Sprache angepasst.
3. Längere Pausen werden mit in Klammern gesetzten Punkte „(...)“ gekennzeichnet. Fülllaute wie „ähm“ werden nur transkribiert, wenn sie von inhaltlicher Bedeutung sind.
4. Betonungen, besonders lautes Sprechen oder Lautäußerungen wie Lachen oder Stöhnen, werden nicht transkribiert.
5. Störungen von außen oder Unterbrechungen werden in eckigen Klammern sowie unverständliche Wörter oder Passagen durch „[unverständlich]“ angegeben.
6. Nennungen von Kund:innen, Unternehmen, Medien, Verlagen oder ähnlichem werden im Sinne der zu wahrenen Anonymität unkenntlich gemacht und ebenfalls durch eckige Klammern – zum Beispiel „[Nennung Medium]“ – ersetzt.

Die anschließende Analyse und Kodierung der durchgeführten Interviews ist in weiterer Folge mit der QDA-Software MAXQDA (Analytics Pro 2022, Release 22.4.1) erfolgt, wobei die Kategorienbildung und der Kodiervorgang im folgenden Kapitel 4.4 erläutert wird.

4.4) Inhaltlich strukturierende qualitative Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022)

Mit der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) werden in der vorliegenden Masterarbeit relevante Themen beziehungsweise Informationen in den 15 durchgeführten qualitativen Leitfadeninterviews identifiziert und im Hinblick auf das Erkenntnisinteresse näher untersucht. Diese gilt als kategorienbasiertes Auswertungsverfahren, wonach analytische Kategorien im Zentrum des Auswertungsprozesses stehen und identifizierte Themen in ein Kategoriensystem gegliedert werden. Durch diese Kategorien beziehungsweise Subkategorien wird eine inhaltliche Strukturierung der Daten erzielt, wobei die Kategorienbildung in der vorliegenden Masterarbeit mehrstufig in einer Mischform erfolgt: Anhand der Themen beziehungsweise Forschungsfragen werden diese deduktiv an das Material herangetragen sowie induktiv durch das produzierte Material entwickelt, wobei sich die entwickelten Kategorien während des Kodiervorgangs weiterentwickeln und ausdifferenzieren (Kuckartz, 2022, S. 111-129). Im Zentrum des Ablaufschemas der qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) stehen die definierten Forschungsfragen (Kuckartz, 2022, S. 106-107): „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“, „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“ und „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“, sowie die drei sich daraus ableitenden Unterfragen, „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“, „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“ und „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“.

Für die Durchführung der inhaltlich strukturierenden Inhaltsanalyse nach Udo Kuckartz (2022) erfolgt im ersten Schritt die Textarbeit, in welcher die durchgeführten Interviews näher betrachtet und einzelne Textsegmente beziehungsweise besonders wichtig erscheinende Antworten der Befragten markiert werden. Im zweiten Schritt wird das Datenmaterial anhand der deduktiv gebildeten Hauptkategorien, abgeleitet aus den definierten Forschungsfragen, strukturiert. Um einen besseren Überblick über die wichtigen und relevanten Themen der

durchgeführten Interviews zu erhalten, werden die Inhalte in sechs Hauptkategorien eingeteilt: „K1 Tätigkeit“, bezieht sich auf alle Aussagen der Befragten über ihre zuvor und aktuell ausgeübte Tätigkeit; „K2 Gründe für den Berufswechsel“, betreffend aller Angaben der Befragten zu den Gründen für ihren Berufswechsel; „K3 Rollenverständnis“, für alle Aussagen rund um das Rollenverständnis der Befragten; „K4 Einfluss Erfahrung/Know-how“, betreffend aller Angaben der Befragten zum Einfluss von Erfahrung beziehungsweise Know-how durch die zuvor erlebte Tätigkeit im Journalismus auf die aktuelle Tätigkeit; „K5 Rollenkonflikte“, für alle Aussagen zu möglichen auftretenden Rollenkonflikten; „K6 Strategien zur Vermeidung“, betreffend aller thematisierten Strategien zur Vermeidung von und zum Umgang mit Rollenkonflikten. In weiterer Folge werden die erläuterten Hauptkategorien in induktive, tiefergehende Subkategorien unterteilt und anhand dieser das vorliegende Material sequenziell analysiert und die jeweiligen Textsegmente diesen Subkategorien zugeordnet. Textpassagen beziehungsweise Antworten der Befragten, die für die durchgeführte Untersuchung beziehungsweise für die definierten Forschungsfragen nicht relevant sind, werden nicht kodiert. Im Sinne der Übersichtlichkeit werden die Kategorien beziehungsweise Subkategorien so einfach wie möglich gehalten (Kuckartz, 2022, S. 132-143).

Die finalen Subkategorien sind folgend näher erläutert sowie anschaulich im angehängten Kategorienschema angeführt: Um die aktuelle („K1.1 Aktuelle Tätigkeit“) sowie die zuvor ausgeübte Tätigkeit („K1.2 Vorherige Tätigkeit“) der Befragten sowie die jeweilige Tätigkeitsdauer („K1.3 Tätigkeitsdauer PR“ bzw. „K1.4 Tätigkeitsdauer Journalismus“) und die ausgeübten Tätigkeiten sowie Themenbereiche im Journalismus („K1.5 Tätigkeiten/Themenbereiche PR“) und der PR („K1.6 Tätigkeiten/Themenbereiche Journalismus“) näher betrachten zu können, wurde die Hauptkategorie „K1 Tätigkeit“ in sechs Subkategorien unterteilt. Um die unterschiedlichen Gründe der interviewten Expert:innen für ihren Berufswechsel in die PR näher betrachten und in weiterer Folge die zugehörigen Forschungsfragen beantworten zu können, wurde die Hauptkategorie K2 in acht Subkategorien organisiert: „K2.1 Ähnlicher Tätigkeitsbereich von Journalismus und PR“, „K2.2 Freude/Interesse an der PR“, „K2.3 Frustration im Journalismus“, „K2.4 Sinkende Ressourcen österreichischer Medien“, „K2.5 Finanzielle Gründe/Gehalt“, „K2.6 Auftragslage/Jobsicherheit“ sowie „K2.7 Weitere Angaben“ für angesprochene Gründe, die sich keiner der zuvor genannten Kategorien zuordnen lassen, und „K2.8 Wechsel zurück/weg von der PR“ für alle Aussagen von Befragten, die einen Wechsel zurück in den Journalismus beziehungsweise weg von der PR-Branche thematisieren. Zu beachten ist, dass bei den einzelnen Aussagen zu den jeweiligen Gründen für den Berufswechsel sowohl zustimmende als auch ablehnende Antworten kodiert werden. Für die Beantwortung der Forschungsfragen rund um das berufliche Selbstverständnis von ehemaligen Journalist:innen in der PR wurde

auch die Hauptkategorie K3 in vier Subkategorien unterteilt: „K3.1 Eigene (aktuelle) Rolle“, „K3.2 Dauer des Rollenwechsels“, „K3.3 Berufliches Selbstverständnis“ und „K3.4 Befürchtungen vor dem Wechsel“. Hauptkategorie K4 bezieht sich insgesamt auf den Einfluss von Erfahrung beziehungsweise Know-how aufgrund der zuvor ausgeübten Journalismus-Tätigkeit auf die jetzige Tätigkeit in der PR-Branche und wurde in fünf Subkategorien organisiert: „K4.1 Allgemein Einfluss von Erfahrung/Know-how“, „K4.2 Beim Verfassen von Texten, Pressetexten, Advertorials, etc.“, „K4.3 Bei Story-/Artikel-Platzierungen“, „K4.4 Bei Gesprächen mit Journalist:innen/Netzwerk“ sowie „K4.5 Vergleich Nicht-Journalist:innen“ für einen Vergleich der Befragten mit ihren Kolleg:innen, die über keine Erfahrung im Journalismus verfügen. Zur Beantwortung der dritten Forschungsfrage sowie der zugehörigen Unterfrage betreffend möglicher Rollenkonflikte der Befragten wurde die Hauptkategorie K5 in vier Subkategorien unterteilt, die das Auftreten sowie das Nicht-Auftreten von Rollenkonflikten allgemein thematisieren („K5.1 Auftreten von Rollenkonflikten“), sich auf eine mögliche Überschneidung von PR-Kund:innen und der journalistische Berichterstattung beziehen („K5.2 Überschneidung Kund:innen/Berichterstattung“), das Zurückhalten von Informationen durch PR-Berater:innen in der Kommunikation mit Journalist:innen ansprechen („K5.3 Zurückhalten von Informationen“) sowie einen möglichen Einfluss von Rollenkonflikten auf die ausgeübte Tätigkeit in der PR betreffen („K5.4 Einfluss auf Tätigkeit“). Die sechste Hauptkategorie K6 bezieht sich auf den Einsatz möglicher Strategien zur Vermeidung von Rollenkonflikten und ist unterteilt in vier Subkategorien: „K6.1 Selektion von Auftraggeber:innen“, „K6.2 Identifikation/Übereinstimmung von Werten“, „K6.3. Eigener Name unter Texten“ und „K6.4 Verlassen der PR-Branche/Wechsel zurück in den Journalismus“. Für die tiefgehende Analyse der kodierten Expert:innen-Interviews wird folgend in Kapitel 4.5 eine kategorienbasierte Auswertung nach Kuckartz (2022) durchgeführt und die erlangten Erkenntnisse in der Ergebnisdarstellung in Kapitel 4.6 in Zusammenhang mit den forschungsleitenden Fragestellungen erläutert (Kuckartz, 2022, S. 147-149).

4.5) Die kategorienbasierte Auswertung

Um die drei untersuchten Forschungsfragen sowie die drei zugehörigen Unterfragen beantworten zu können, erfolgt nach der Kategorienbildung und der Kodierung des Datenmaterials die Auswertung des gebildeten Kategoriensystems anhand einer kategorienbasierten Auswertung nach Kuckartz (2022). Dafür werden quantitative Häufigkeiten sowie inhaltliche Zusammenhänge oder Unterschiede der definierten Haupt- und Subkategorien erläutert beziehungsweise analysiert. Im Sinne der qualitativen Untersuchung der vorliegenden Masterarbeit steht dabei im gesamten Auswertungsprozess der qualitative Aspekt für die Interpretation und Beschreibung der Erkenntnisse im Vordergrund. Quantitative

Belege der Ergebnisse wie kodierte Häufigkeiten dienen nach Kuckartz (2022) lediglich der Gewichtung beziehungsweise der besseren Nachvollziehbarkeit von kodierten Textsegmenten (S. 148-149).

Entsprechend der forschungsleitenden Fragestellungen und der drei thematischen Bereiche des Leitfadens – Fragen zum beruflichen Werdegang beziehungsweise zur beruflichen Situation und zu den Gründen für den Berufswechsel, Fragen zum beruflichen Rollenverständnis von ehemaligen Journalist:innen in der PR-Branche und zum Einfluss von journalistischer Erfahrung auf die neue PR-Tätigkeit sowie Fragen zur Wahrnehmung, zum Umgang und zur Vermeidung von möglichen beruflichen Rollenkonflikten – verteilen sich die kodierten Aussagen der Expert:innen in ihrer Häufigkeit relativ gleichmäßig auf die sechs Hauptkategorien: 177 Kodierungen zu „K1 Tätigkeit“ sowie 128 zu „K2 Gründe für den Berufswechsel“, 160 Kodierungen zu „K3 Rollenverständnis“ sowie 134 zu „K4 Einfluss Tätigkeit/Know-how“ und 91 Kodierungen zu „K5 Rollenkonflikte“ sowie 89 zu „K6 Strategien zur Vermeidung“. An dieser Stelle ist jedoch anzumerken, dass die Hauptkategorie K1 vorrangig der Einordnung der weiteren Antworten der Expert:innen dient. Die sechs zugehörigen Subkategorien beschäftigen sich mit der aktuellen und der zuvor ausgeübten Tätigkeit, der jeweiligen Tätigkeitsdauer in der Journalismus- und PR-Branche sowie mit den verschiedenen Tätigkeiten und Themenbereichen im Journalismus und der PR. Zwölf der 15 befragten Expert:innen geben dabei an, zum Zeitpunkt der Interviews in einer PR-Agentur als PR-Berater:in tätig zu sein, wovon sechs Personen ihre Position als „Senior Consultant“, „Account Director“ oder „Geschäftsführer“ benennen sowie ebenfalls sechs Personen als „Trainee“, „Junior Consultant“, „Consultant“, „Kommunikationsberaterin“ beziehungsweise „Kommunikationsberater“. Ebenso geben alle zwölf an, zuvor im Journalismus gearbeitet zu haben. Von den übrigen drei der 15 Expert:innen ist eine Person gleichzeitig im Journalismus und der PR tätig, eine Person vom Journalismus in die PR und wieder zurück in den Journalismus gewechselt sowie eine Person vom Journalismus in die PR und dann in die politische Kommunikation. Jene beiden Personen, die die PR-Branche wieder verlassen haben, beziehen sich in ihren Aussagen entsprechend dem Forschungsinteresse jedoch vorrangig auf ihren zuvor erlebten Berufswechsel vom Journalismus in die PR sowie auf ihre Tätigkeit in der PR, ihr dort erlebtes Rollenverständnis und mögliche Rollenkonflikte. Weiters ist anzumerken, dass neun Personen angeben, länger im Journalismus als in der PR tätig gewesen zu sein und sechs Personen länger in der PR als im Journalismus. Wobei sieben Personen zwischen wenigen Monaten und fünf Jahren in der PR arbeiten sowie acht Personen eine Tätigkeitsdauer zwischen sieben und 24 Jahren nennen. Neun Personen sind zwischen sieben und 22 Jahren im Journalismus gewesen sowie sechs Personen zwischen wenigen Monaten und drei Jahren. Bei der Beschreibung der Themenbereiche, mit denen sich

die Expert:innen in der PR und im Journalismus beziehungsweise beschäftigt haben, geben nur sechs der 15 Befragten an, dass es eine thematische Überschneidung gibt oder man sich in beiden Branchen mit ähnlichen Themenbereichen beschäftigt beziehungsweise beschäftigt hat.

Für die nähere Betrachtung der ersten Forschungsfrage, „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“, sowie der sich daraus ergebenden Unterfrage, „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“, werden folgend die Antworten der Expert:innen zu ihren angesprochenen Gründen für den Berufswechsel vom Journalismus in eine Wiener PR-Agentur, zugehörig der Hauptkategorien K2, analysiert. Im Zentrum der Betrachtung steht die einleitend gestellte Frage, „Was waren die Gründe für Ihren Berufswechsel? Warum haben Sie vom Journalismus in eine PR-Agentur gewechselt?“, und in weiterer Folge die gezielte Abfrage von sechs möglichen Gründen, die zum Teil auch in der relevanten Literatur genannt werden und sich in den Subkategorien widerspiegeln. Aus diesem Grund liegt der Fokus des folgenden ersten Teils der Analyse auf den Erkenntnissen der Subkategorien K2.1 bis K2.8. Dabei ist zu beachten, dass die Befragten mehrere Gründe nennen können und keine Hervorhebung eines einzelnen Beweggrundes für den Wechsel erforderlich ist. Bei Betrachtung der Antworten auf die offen formulierte Frage zeigt sich bereits, dass eine finanzielle Unsicherheit beziehungsweise eine fehlende Sicherheit im Journalismus von der Mehrheit der Befragten als Grund für den Berufswechsel genannt wird, wie folgende Aussage unterstreicht: „Der Hauptgrund ist sicher, dass es sicherer ist, was die Faktoren Einkommen anbelangt, Karrieremöglichkeiten, sicherer Arbeitsplatz“ (Respondent 3). In diesem Zusammenhang sprechen die befragten Personen auch von sinkenden oder fehlenden Ressourcen im Journalismus – im Kontext von Personalmangel, Gehalt, immer weniger Festanstellungen oder schlechten Arbeitsbedingungen. Weitere Gründe sind unter anderem Interesse an der PR oder der Wunsch, etwas Neues auszuprobieren, aber auch eine sich bietende Gelegenheit, zum Beispiel durch bestehende Kontakte in die PR-Branche, den ähnlichen Tätigkeitsbereich oder vorhandene Fähigkeiten, wie das Texten. In der Durchführung der Inhaltsanalyse zeigt die Betrachtung der einzeln abgefragten Gründe, dass mit 12 von 15 Befragten die überwiegende Mehrheit dem ähnlichen Tätigkeitsbereich von Journalismus und PR als Grund für einen Berufswechsel zustimmt. Wobei der Fokus der Expert:innen hier vor allem auf dem Schreiben und Texten liegt – Fähigkeiten, die im Journalismus und auch in der PR gefordert sind, wie zum Beispiel folgende Aussagen verdeutlicht: „Also was das Schreiben, das Texten anbelangt, das definitiv. Das war mein Hauptfokus im Journalismus und ich habe gewusst, ich will schreiben. Darin bin ich gut. Und dann mache ich es einfach in der PR. Also

ja“ (Respondent 3). Die Bedeutung des Textens wird auch in der nächsten Antwort auf die Frage nach Interesse an der PR als Grund für den Berufswechsel deutlich: „Ursprünglich (...) eigentlich nicht. Es war so eine Mischung aus Gelegenheit und dass ich auch, dass ich auch beim Texten weiter dabei bleiben kann. Also natürlich war es auch a Herausforderung, mich in neue Themengebiete einzulesen. Schon als Herausforderung, aber jetzt nicht, weil ich eigentlich unbedingt was anders machen hätte wollen oder weil ich jetzt unbedingt, weil mich die PR so interessiert hätte ursprünglich“ (Respondent 12). Dies ist auch die einzige Aussage, die dem Aspekt des Interesses an der PR als Grund für den Berufswechsel nicht zustimmt, alle anderen Expert:innen geben Freude und Interesse an der PR an. Nicht ganz so einig sind sich die Befragten bezüglich einer vorhandenen Frustration im Journalismus als Grund für den Wechsel in die PR. Hier gibt es auf der einen Seite Antworten wie „Das war eigentlich der Hauptgrund, ja“ (Respondent 15), aber auch „Nein, Frustration würde ich jetzt nicht so formulieren. Also frustriert war ich nicht in meinem Job. Ich war schon auch happy damit, weil es mich einfach auch inhaltlich erfüllt hat“ (Respondent 8). Damit einher gehen auch die nächsten beiden möglichen Gründe, die im Zuge des Interviews abgefragt wurden: Finanzielle Gründe und ein besseres Gehalt in der PR sowie eine bessere Auftragslage und höhere Jobsicherheit. Die überwiegende Mehrheit stimmt dem Erstgenannten mit deutlich bestätigenden Aussagen wie „Ja, das war eigentlich der entscheidende Grund“ (Respondent 3) zu und nur wenige Personen verneinen diesen Aspekt. Ein Beispiel dafür ist folgende Antwort einer befragten Person, die vor der PR in einer höheren Position im Journalismus angestellt war: „Also das letzte streite ich ab. Ich verdiene jetzt ungefähr genauso viel wie ich als Chefredakteur verdient hab“ (Respondent 1). Beim Zweitgenannten sind sich die Befragten nicht ganz so einig und nur knapp über die Hälfte stimmen einer besseren Auftragslage und einer höheren Jobsicherheit in der PR als Grund für ihren Berufswechsel zu: Viele nehmen diesen Befund zwar wahr, aber nennen ihn nicht für sich selbst als Beweggrund, wie die Aussagen „Na also beim Wechsel wars ka Grund, aber ich würd dem Befund zustimmen. Also mir kommt schon vor, dass die PR ein wesentlich sicheres Standbein ist als Journalismus“ (Respondent 15) oder „Nein, war für mich nicht der Grund. Aber würde ich verstehen. Aber war für mich nicht der Grund, nein“ (Respondent 7) verdeutlichen. Weiters wurden auch sinkende Ressourcen österreichischer Medien als Grund für den Berufswechsel im Zuge der Interviews abgefragt und es zeigt sich, dass die Befragten diesem Aspekt mehrheitlich zustimmen, aber in diesem Kontext unterschiedliche Dinge hervorheben: Eine Person bezieht sich auf immer weniger freie Positionen im Journalismus („Ja, das ist sicher ein Grund, warum es schwerer ist, eine Anstellung zu finden, eine fixe bei Medien, weil einfach die Ressourcen gecutet werden. Weil es nicht mehr so viele freie Positionen zu besetzen gibt“, Respondent 3) und eine andere nennt den Rückgang der Printmedien („Ja, genau auch das. Wir haben auf der Uni schon gehört, wenn die Onlinemedien kommen, sind die Printmedien tot. Das ist

Gott sei Dank nicht so. Ich bin ein großer Print-Fan, obwohl ich auch Online wirklich gut finde. Aber ich glaube schon, dass es eine laufende Unsicherheit irgendwo ist“, Respondent 5). Weiters stechen bei der Analyse der 15 Interviews im Kontext des Berufswechsels die folgenden beiden Aussagen von zwei Expert:innen hervor, die keinem der vordefinierten Gründe eindeutig zugeordnet werden können: „Weil ich nicht mehr der sein wollte, der verarbeitet, sondern der, der Informationen gibt“ (Respondent 11) und „Also wenn man im Journalismus tätig ist und die Möglichkeit hat, vom Journalismus leben zu können oder durch den Journalismus leben zu können, dann ist für mich dann der Journalismus die erste Wahl“ (Respondent 4).

Um in weiterer Folge der Masterarbeit die zweite Forschungsfrage „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“ beantworten zu können, werden die Antworten der Hauptkategorie K3 zum Rollenverständnis der Befragten analysiert. Dabei zeigt sich ziemlich eindeutig, dass die Frage nach der eigenen, aktuellen beruflichen Rolle von fast allen Befragten, die aktuell im PR-Bereich arbeiten, mit „PR-Berater“ beziehungsweise „PR-Beraterin“ beantwortet wird. Lediglich zwei Personen geben abweichende Antworten: „Ich sehe mich nicht als Journalistin aktuell, sondern als ehemalige Journalistin, das definitiv. Und als PR-Beraterin, die aber den Journalismus und die Rolle, die Aufgaben, die Verantwortung, die mit journalistischem Arbeiten einhergehen sollte, im Idealfall sehr ernst nimmt“ (Respondent 3) und „Es ist sehr schwierig zu beantworten für mich. Also ich sehe mich nicht als Vollblut-Journalistin und ich sehe mich auch nicht als Vollblut-PR-Beraterin. Es ist ein Mix. Ich würde eher sagen, ich bin (...) weiß ich nicht. Ich würde mich eher mehr in diese kreative Richtung einfinden“ (Respondent 7). Auf die Frage, wann dieser Rollenwechsel erfolgt ist, hat ein Teil der Befragten angegeben, dass dieser einige Zeit gedauert hat („Hat schon etwas gedauert. Also natürlich in dieser Branche sich einerseits zurechtzufinden und vor allem ist für mich persönlich, was neu war, eine quasi (...) eine beratende Rolle einzunehmen“, Respondent 8) und ein ähnlich großer Teil, dass dieser sofort passiert ist beziehungsweise sofort passieren muss („Es muss mit dem ersten Tag passieren. Weil du bist nicht mehr in derselben Rolle. Du kannst ja nicht sowohl der sein, der verarbeitet, als auch der, der Informationen gibt. Und die Trennung trotz aller Kontakte war schon wichtig“, Respondent 11). Jene drei Personen, die aktuell nicht beziehungsweise nicht ausschließlich im PR-Bereich tätig sind, sondern zum Beispiel wieder oder zusätzlich im Journalismus arbeiten, antworten hinsichtlich ihrer aktuellen beruflichen Rolle abweichend der Mehrheit. Um bei der Beantwortung dieser Forschungsfrage sowie bei der folgenden Unterfrage näher ins Detail gehen zu können, wurden die Befragten im weiteren Verlauf der Leitfadeninterviews auch gefragt, ob sie in ihrer aktuellen PR-Tätigkeit nach wie vor mit dem beruflichen

Selbstverständnis von Journalist:innen agieren. Dabei variieren die Antworten der Befragten zwischen eindeutiger Zustimmung und klarer Ablehnung: „Ich würde auch sagen, dass ich dieses journalistische Verständnis oder zumindest auch jetzt noch nachvollziehen kann, weil wir eben auch oder zumindest ich auch jetzt in meiner jetzigen Tätigkeit viel, viel oder schon einiges noch mit dem Journalismus zu tun habe“ (Respondent 8), aber auch „Ja, aber natürlich ist man dann mehr PR-Berater als Journalist, weil man einfach dem Kunden gegenüber verpflichtet ist“ (Respondent 12).

Um daran anknüpfend die zweite Unterfrage, „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“, beantworten zu können, liegt folgend der Fokus der Analyse auf den Erkenntnissen der Hauptkategorie K4 beziehungsweise der Subkategorien K4.1 bis K4.5. Wobei sich die Subkategorie K4.5 lediglich auf einen weiterführenden Vergleich mit PR-Berater:innen bezieht, die zuvor nicht im Journalismus tätig gewesen sind und nicht zentral für die Beantwortung der genannten Forschungsfrage ist. Hier ist allerdings zu erwähnen, dass die Aussagen der Befragten voneinander abweichen: Während ein großer Teil der Befragten ehemaligen Journalist:innen einen Erfahrungsvorsprung zuspricht („Ja, das glaube ich schon. Also ich glaube schon, dass ich anders an Dinge herangehe als jetzt jemand, der von der Uni kommt oder halt auch von Unternehmensseite. Einfach weil man das auf der anderen Seite auch noch kennengelernt hat und sich auch vielleicht mit Gewissheit stärker traut, unter Führungszeichen, den Kunden gegenüber zu sagen, hey, das ist jetzt aber so nix. Ich weiß, dass das so nicht funktionieren wird, zum Beispiel“, Respondent 9), ist sich ein ähnlich großer Teil diesbezüglich nicht sicher oder beantwortet diese Frage sehr allgemein („Ich weiß nicht, ob das ein journalistischer Vorsprung ist. Es ist sicher ein Erfahrungsvorsprung. Ich schreibe jetzt seit (...) 30 Jahren. Ich arbeite mit Leuten in der Agentur zusammen, die sind jünger. Ja, natürlich habe ich da einen Vorteil. Das ist einfach der Erfahrungsvorteil“, Respondent 4). Im Zentrum der Subkategorien K4.1 bis K4.4 stehen die Aussagen der Befragten auf die Frage, ob ihre journalistische Erfahrung beziehungsweise ihr im Journalismus erlerntes Know-how Einfluss auf ihre verschiedenen Tätigkeiten in der PR nimmt. Die erste Subkategorie K4.1 beschäftigt sich mit den Antworten der befragten Personen auf die offene Frage, „Würden Sie sagen, dass Ihre Erfahrungen aus dem Journalismus beziehungsweise Ihr erlerntes Know-how Einfluss auf Ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in haben?“. Hier ist sich der Großteil der Expert:innen einig und spricht sich für einen allgemeinen Einfluss journalistischer Erfahrung auf ihre PR-Tätigkeit aus, wie folgende Aussage verdeutlicht: „Ich denke im Prinzip, die journalistische Erfahrung bringt dir in der PR bei allem einen Vorteil“ (Respondent 14). Einige der befragten Personen beziehen sich dabei vor allem auf ihr Verständnis bezüglich dem Newswert einer Story: „Ja. Absolut. Weil zu

wissen, was eine Geschichte ist, lernst du in der PR nicht. Da bist du von dir selber überzeugt und denkst dir, boah, mein Kunde hat die tollsten Geschichten. Ob das wirklich so ist, kannst du viel besser beurteilen, wenn du selber drüber geschrieben hast“ (Respondent 11). In weiterer Folge wurde im Zuge der Befragung einzelne Bereiche beziehungsweise PR-Tätigkeiten abgefragt, um bewerten zu können, ob journalistische Erfahrung und Know-how dabei Einfluss nehmen: Beim Verfassen von Texten, Presstexten oder Advertorials (K4.2), bei den Platzierungen von Storys beziehungsweise Artikeln (K4.3) und bei Gesprächen mit Journalist:innen (K4.4). Insgesamt stimmen auch hier die Befragten zum Großteil zu und sind der Meinung, dass ihnen ihre Journalismus-Fähigkeiten beim Schreiben von Texten helfen. Es wird von einigen Seiten aber auch angemerkt, dass die Wünsche der Auftraggeber:innen im Mittelpunkt stehen oder Berücksichtigung finden („Es ist immer der Anspruch, einen Text zu schreiben, der lesbar ist, interessant und spannend. Darin deckt es sich mit journalistischen Texten. Aber es kommt eben dazu, dass ich eben die bestimmten Wünsche, die berechtigten Wünsche, das muss man dazu sagen, des Kunden zu berücksichtigen habe“, Respondent 4). Ebenfalls weitgehend einig sind sich die Befragten, dass ihnen ihre journalistische Erfahrung beim Platzieren von Artikeln in der journalistischen Berichterstattung hilft: „Es kommt natürlich immer auf die Geschichte an und auf die Relevanz, dass man einfach die richtigen und vor allem die relevantesten Story-Angels findet, um diese Geschichte dann auch wirklich für Journalist XY interessant zu machen. Ich denke schon, dass mir das meine Vorerfahrung bzw. meine Erfahrungen, die ich gesammelt habe, durchaus helfen. Weil ich eben auch quasi selbst weiß, was mich damals oder zumindest was einen Journalisten interessiert oder interessieren könnte“ (Respondent 8). Auch dem Aspekt, dass journalistische Erfahrung im Umgang mit Journalist:innen einen Vorteil bringt, stimmen die meisten Befragten im Interview zu: „Ja, die spielt schon mit, weil ich die Empfindlichkeiten von Journalisten wahrscheinlich besser einschätzen kann als jemand, der nie als Journalist gearbeitet hat. (...) Weil ich da in dem Umgang mit den Kollegen einfach freier bin oder erfahrener“ (Respondent 4). Viele betonen dabei vor allem ihre guten Kontakte und das enge Netzwerk mit Journalist:innen, die sie aus ihrer eigenen Zeit im Journalismus kennen, wie die folgenden beiden Aussage verdeutlichen: „Kommt mir zugute. Ja, natürlich. Weil ich weiß, wie die Redaktionen ticken. Und was noch dazukommt, ist dadurch, dass ich sehr lange bei [Nennung Medium] gearbeitet habe, kenne ich halt auch extrem viele Redakteurinnen und Redakteure“ (Respondent 7); „Also ich bin auch mit vielen Journalisten wirklich sehr eng. Wir haben ein sehr enges Netzwerk“ (Respondent 5).

Die durchgeführte Inhaltsanalyse beschäftigt sich weiters auch mit den Aussagen der befragten Expert:innen, die die dritte Forschungsfrage, „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn

ja, welche, und wie gehen sie damit um?“, betreffen. Im Zuge des Leitfadens wurden die Befragten an dieser Stelle konkret nach auftretenden Rollenkonflikten in ihrer PR-Tätigkeit gefragt (K5.1). Dabei ist auffällig, dass der Großteil der Teilnehmer:innen das Auftreten von Rollenkonflikten im ersten Moment verneint, aber auch, dass diese insgesamt unterschiedlich interpretiert werden. Ein Teil bezieht sich in den Aussagen auf einen Vergleich ihrer Journalist:innen- und PR-Berater:innen-Rolle („Nein. Nein, weil, wie gesagt, für mich ist es klar, dass ich hier trenne. Als PR-Berater habe ich andere Aufgaben als als Journalist. Aber eines ist gleich, das ist der Anspruch, gute Texte zu verfassen. Der Anspruch, den lebe ich da wie dort. Das ist, das ist ganz klar. Aber dieser Rollenkonflikt, was bin ich heute oder was bin ich jetzt und was bin ich in fünf Minuten, diesen Konflikt habe ich nicht. Nein, definitiv nicht“, Respondent 4) sowie ein Teil auf den Vergleich ihrer beruflichen und privaten Rolle („Meine Schwester sagt immer zu mir, wie schaffst du das? Ich sage immer zu ihr, man kann privates und berufliches Denken trennen. Ich muss beruflich eine bestimmte Meinung haben, weil es mir mein Gehalt finanziert. Das muss aber nicht meine private Meinung sein. Und trotzdem mache ich meinen Beruf gut“, Respondent 11). Eine befragte Person, die vollständig in die PR gewechselt ist, spricht weiters das Auftreten von Rollenkonflikten im Kontext eines gleichzeitigen Ausübens beider Berufe an (K5.2): „Ich hätte auch ein Problem damit, in beiden gleichzeitig tätig zu sein. Ich weiß, das gibt es gar nicht so selten, (...) aber man muss aufpassen, dass die Dinge sich dann nicht miteinander vermischen und vermengen“ (Respondent 4). Jene befragte Person, die tatsächlich den Journalismus- und PR-Beruf zeitgleich ausübt, spricht in der eigenen Situation hingegen vorrangig von einem Konflikt, die eigene journalistische Anerkennung durch die zusätzliche PR-Tätigkeit zu verlieren: „Ja, das war eben diese Geschichte mit [Nennung Unternehmen] und [Nennung Unternehmen] zum Beispiel oder so. Wo ich Angst gehabt habe, dass mich die Mitbewerber Firmen vom [Nennung Unternehmen], für die ich PR mach, nicht mehr als vertrauenswürdigen Journalisten sehen. Das war meine größte Angst und mein größter Konflikt“ (Respondent 14). Im weiteren Verlauf des Interviews zeigt die konkrete Nachfrage und das Aufzeigen verschiedener Beispiele aus dem Berufsalltag, die in Rollenkonflikten resultieren könnten, dass die Befragten dem Auftreten dieser zum Teil doch zustimmen: „Ich habe oft mehr Konflikte mit der PR-Arbeit, dass ich das Gefühl habe, okay, ich kann es mit meinen persönlichen Werten nicht vereinbaren, was ich gerade tue oder das, was ich mache ist unbedeutend und nicht so wichtig eigentlich. Und im Journalismus habe ich dieses Gefühl nie gehabt, dass ich etwas mache, was nicht wichtig wäre oder unbedeutend wäre. Ganz im Gegenteil“ (Respondent 3). Viele beziehen sich dabei vor allem auf die Zusammenarbeit mit oder auf die Kommunikation für PR-Kund:innen: „Unwohlsein oder Konflikt ist eher dann, wenn ich das Gefühl habe, dass etwas kommuniziert wird oder dass etwas gefordert wird zu kommunizieren, was jetzt so nicht richtig ist. Also das ist für mich, das möchte und kann ich nicht. Man kann Dinge sozusagen

vereinfachen für den Zweck, damit das auch verständlich ist, ja. Aber ich finde irgendetwas Falsches zu behaupten, nur damit man besser dasteht. Das ja, das ist es dann so, dass ich sag, das tät ich mir schwer, das könnte ich nicht“ (Respondent 9); „Also Rollenkonflikte gibt es schon hin und wieder, aber jetzt für mich weniger, was meine Arbeit mit Medien zu tun hat, sondern eher, was meine Arbeit mit den Kunden zu tun hat. Wenn es um Themen geht, die ich an die Medien bringen soll. Weil ich da einfach oft diese journalistische Denke habe und dieses journalistische Verständnis und oft Kunden sage, nein, das geht nicht. Nein, das können wir nicht machen. Nein, das ist nicht okay und (...) und eher mehr in diese Richtung gibt es hin und wieder Rollenkonflikte, dass ich jetzt nicht diese PR-Beraterin bin, die versucht, auf Auftrag alles in einem Medium zu platzieren. Auch wenn ich persönlich weiß, das ist gerade nicht gut, was ich mache oder es widerspricht jetzt meiner persönlichen Überzeugung oder dem, was ich als Journalistin damals gut gefunden hätte“ (Respondent 3). Eines dieser konkret nachgefragten Beispiele bezieht sich auf das Zurückhalten von Informationen in Gesprächen mit Journalist:innen auf den Wunsch von PR-Auftraggeber:innen, obwohl Journalist:innen diese Informationen interessiert hätten (K5.3). In diesem Kontext sprechen viele der Befragten von einem Unwohlsein, einige Wenige benennen dies auch als Rollenkonflikt. Der Großteil gibt jedoch an, im Sinne der Kund:innen zu handeln: „Es gab eben einen Kunden, da ging es um (...) wirtschaftliche Veränderungen, die aber nicht so, wie soll ich sagen, die wollten sie einfach noch nicht kommunizieren. Und ein Journalist hat aber dann schon nachgefragt bei mir. Und ich habe einfach gemerkt, der hat halt wahrscheinlich gute Kontakte oder gut recherchiert. Wie auch immer. Und mir war klar, ich kann diese Information weder bestätigen noch, nein. Ich durfte einfach gar nichts sagen. Das ist halt, das war einfach schwierig. Ich hatte eben meine Rolle da als PR-Beraterin erfüllt. Hätte das aber, umgekehrt natürlich dann als Journalistin oder so, sicher verwendet“ (Respondent 13).

Anknüpfend an das Auftreten von Rollenkonflikten beschäftigt sich die Analyse mit der Hauptkategorie K6 beziehungsweise den zugehörigen Subkategorien K6.1 bis K6.4 zu möglichen Strategien zur Vermeidung dieser beziehungsweise zum Umgang damit – ein Aspekt, der ausführlich in den durchgeführten Interviews thematisiert und von vielen Befragten zum Teil ohne konkrete Nachfrage angesprochen wurde. Die Mehrheit der Befragten stimmt der Anwendung von Strategien zu, um das Auftreten von Rollenkonflikten zu vermeiden: „Ja. Also, dass solche Rollenkonflikte gar nicht auftreten können, weil ich mich mit meiner Tätigkeit wohlfühle, identifizieren kann“ (Respondent 7). Auffällig dabei ist, dass sich die Teilnehmenden stark auf die Übereinstimmung der eigenen Werte mit den Werten der Auftraggeber:innen beziehen (K6.2): „Also, ich kann für bestimmte Institutionen oder Auftraggeber nicht tätig werden. Es geht nicht. Und ich denke, das ist auch wichtig. Es ist wichtig, dass man hier ganz klar die Grenzen hat und aufzeigt“ (Respondent 4). In diesem

Zusammenhang ist auch die gezielte Selektion von PR-Kund:innen, mit denen sich PR-Berater:innen identifizieren können, ein häufig thematisierter Aspekt in den Interviews (K6.1): „Es gibt aber schon bei uns an sich in der Agentur Kunden, die ich zum Beispiel nicht betreuen wollen würde, aber die betreue ich auch nicht“ (Respondent 8). Spannend dabei ist, dass viele der Befragten ansprechen, dass innerhalb der PR-Agenturen die Wünsche der PR-Berater:innen bei der Zuteilung der Kund:innen zum Teil berücksichtigt werden, wie folgende Aussage verdeutlicht: „Also da ist generell immer geschaut worden, dass jeder Projekte macht, die er selber vertreten kann, weil da macht man es ja besser. Also ich glaube, wenn genau der Klimaschützer, der sie dran stört, wird sich nicht die beste PR machen, wenn es einen anderen gibt, den es weniger stört“ (Respondent 15). Ein weiterer Aspekt, den einige Expert:innen der ersten Interviews von sich aus angesprochen haben und der somit im weiteren Verlauf der Befragung in den Leitfaden mit aufgenommen wurde, ist der Einfluss des eigenen Namens unter einem veröffentlichten Text (K6.3) – eine Tatsache, die im Journalismus meist gegeben ist, in der PR allerdings vorrangig nicht. Hier spricht sich eine knappe Mehrheit dafür aus: „Ja, durchaus. Ja. Also das ist dann wirklich so ein bisschen anonym, sage ich jetzt mal. Kann man wahrscheinlich doch besser damit leben, wenn man jetzt vielleicht nicht so dahintersteht, aber trotzdem für diesen Text verantwortlich ist, ja“ (Respondent 13).

Diesem großen Thema der Rollenkonflikte und vor allem der von den Expert:innen angesprochenen eigenen Identifikation mit den PR-Auftraggeber:innen folgt die Analyse der Unterfrage „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“. Da jedoch nicht alle Teilnehmenden das Auftreten von Rollenkonflikten bestätigen, konnten auch nicht alle Personen befragt werden, ob Rollenkonflikte Einfluss auf ihre Tätigkeit als PR-Berater:in nehmen (K5.4). In den Antworten dazu lässt sich jedoch eine kleine Mehrheit erkennen, die sich für eine Einflussnahme ausspricht: „Weil du musst es ja als PR-Berater dem Journalisten gegenüber auch argumentieren. Und da habe ich schon auch immer den Ansatz vertreten, (...) das gilt jetzt wieder generell eher, dass ich natürlich hinter dem Unternehmen stehen muss, hinter seinen Botschaften stehen muss“ (Respondent 5). Dabei zeigt sich, dass die persönliche Identifikation mit den PR-Kund:innen auch hier eine wesentliche Rolle spielt: „Aber umso überzeugter man natürlich persönlich ist, von einer Sache, von einem Thema, von einer Geschichte oder vielleicht auch generell von dem Kunde umso leichter tut man sich, umso mehr Freude hat man vielleicht auch bei der Arbeit selbst und umso einfacher wird es auch gehen und umso erfolgreicher meistens auch. Also die einfachsten Story-Pitches und die am schnellsten geschriebenen oder nicht am schnellsten,

aber am besten geschriebenen Presseaussendungen, sind meistens einfach von Kunden, die man im besten Fall von vorne bis hinten auch persönlich vertreten kann“ (Respondent 8).

Zum Abschluss der durchgeführten Leitfadeninterviews wurden die Teilnehmenden gefragt, ob sie in der PR bleiben möchten oder sich einen Wechsel zurück in den Journalismus vorstellen können. Die Antworten dazu sind zwar nicht relevant für die Beantwortung der forschungsleitenden Fragestellungen, aber dennoch interessant für die Einordnung der erlangten Erkenntnisse. Dem folgend beschäftigt sich die durchgeführte Inhaltsanalyse auch mit der Subkategorien K6.4 und den Aussagen der Befragten zu ihrem Verbleib in der PR: Die Mehrheit der befragten ehemaligen Journalist:innen, die aktuell als PR-Berater:innen arbeiten, möchten auch in der PR bleiben und können sich keinen Wechsel zurück in den Journalismus vorstellen, wie die folgenden beiden Aussagen unterstreichen: „Also ich will definitiv in der PR bleiben“ (Respondent 4); „Also zurück in den Journalismus ziehst mich sicher nicht“ (Respondent 10). Demgegenüber gibt es wenige Aussagen, die sich abhängig vom Ressort und nicht vorhandenen Überschneidungen eine Journalismus-Tätigkeit durchaus wieder vorstellen können. Dabei sticht zum Beispiel folgende Aussagen hervor: „Mein Traum ist es, wieder in den Journalismus zu gehen. Ob es mir gelingt, weiß ich nicht. Aber ja, letztendlich ist mir der Journalismus näher als die PR“ (Respondent 4).

4.6) Zusammenfassung der Ergebnisse

Die folgende Zusammenfassung der Ergebnisse analysiert die erlangten Erkenntnisse und spannt nach Kuckartz (2022) den Bogen zu den definierten Forschungsfragen, um Rückschlüsse für die Beantwortung dieser zu ermöglichen (S. 155).

Bei der Betrachtung von Forschungsfrage FF1, „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“, zeigt sich, dass diese mit den vorliegenden Erkenntnissen der durchgeführten Inhaltsanalyse beantwortet werden kann. Die Befragten nennen in erster Linie die finanzielle Unsicherheit beziehungsweise die fehlende Sicherheit im Journalismus als Grund für ihren Berufswechsel in die PR. Weiters sprechen sie in diesem Zusammenhang die sinkenden oder fehlenden Ressourcen im Journalismus an und beziehen sich dabei auf den Personalmangel, niedriges Gehalt, immer weniger Festanstellungen oder schlechte Arbeitsbedingungen. Andere genannte Gründe sind vorhandenes Interesse an der PR beziehungsweise an der anderen Seite oder der Wunsch, etwas Neues auszuprobieren, aber auch eine sich bietende Gelegenheit, wie durch bestehende Kontakte in der PR, einen ähnlichen Tätigkeitsbereich oder vorhandene Fähigkeiten, wie das Texten. Die konkrete Abfrage beziehungsweise die Aufzählung verschiedener, zum Teil in der Literatur genannter Gründe für den Berufswechsel

führt dem folgend zu einer Wiederholung einiger Aspekte: Die überwiegende Mehrheit der Interviewteilnehmer:innen stimmt dem Aspekt zu, dass der ähnliche Tätigkeitsbereich von Journalismus und PR ein Grund für ihren Berufswechsel in die PR-Branche war. Häufig hervorgehoben wird dabei die Fähigkeit des Textens, die die Befragten als ehemalige Journalist:innen mitbringen und auch in der PR einsetzen können. Ebenso geben fast alle befragten Personen auf Nachfrage an, dass Interesse beziehungsweise Freude an der neuen Tätigkeit sowie finanzielle Aspekte und ein besseres Gehalt Gründe für ihren Berufswechsel waren. Nicht einig sind sich die Befragten hingegen bezüglich einer vorhandenen Frustration im Journalismus oder einer besseren Auftragslage beziehungsweise höhere Jobsicherheit in der PR. Diese Aspekte werden als Grund für einen Wechsel zwar von einigen Teilnehmenden bestätigt, aber von einigen auch verneint.

Dem folgend zeigen die Ergebnisse in Bezug auf die abgeleitete Forschungsfrage FF1.1, „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“, dass die befragten Personen die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien als Grund für ihren Berufswechsel mehrheitlich zustimmen und zum Teil auch von sich aus als relevanten Aspekt nennen. Jedoch betonen sie dabei verschiedene Aspekte, was die eindeutige Beantwortung der Fragestellung erschwert und auf eine unterschiedliche Einflussnahme von sinkenden Ressourcen österreichischer Medien hindeutet. Während sich eine befragte Person auf den allgemeinen Rückgang der Printmedien bezieht, spricht eine andere von steigenden Anforderungen im Journalismus. Weitere Expert:innen sprechen von der allgemeinen Unsicherheit im Journalismus oder von der fortwährenden Schwierigkeit, eine feste Anstellung zu erhalten. Insgesamt kann also ein Einfluss sinkender Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die österreichische PR-Branche angenommen werden, jedoch fehlt für die klare Beantwortung der Forschungsfrage eine einheitliche Definition dieses Aspekts.

Im Hinblick auf die vorliegenden Erkenntnisse zu Forschungsfrage FF2, „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“, wird klar, dass diese eindeutig beantwortet werden kann. Fast alle Interviewteilnehmer:innen, die aktuell im PR-Bereich tätig sind, schreiben sich zum Zeitpunkt der Befragung selbst die PR-Berater:innen-Rolle zu. Lediglich zwei Personen geben von der Mehrheit abweichende Antworten und sehen sich nicht als PR-Berater:in, sondern finden sich in einer Art Mischform aus beiden Branchen wieder. Jene drei befragten Personen, die aktuell nicht beziehungsweise nicht ausschließlich im PR-Bereich tätig sind, antworten hinsichtlich ihrer aktuellen beruflichen Rolle und sind aufgrund ihrer aktuellen Tätigkeit nicht relevant für die Beantwortung dieser Forschungsfrage. Nicht einig sind sich die

befragten PR-Berater:innen hingegen bezüglich des Zeitraums, den ihr Rollenwechsel andauerte: Während ein Teil angibt, der Wechsel der eigenen Rolle müsste sofort passieren, spricht der andere Teil von einer gewissen Dauer, die sie für die Eingewöhnung in die PR-Branche benötigt haben. Ebenso variieren die Antworten der Befragten zwischen eindeutiger Zustimmung und klarer Ablehnung auf die Frage, ob sie nach wie vor mit dem beruflichen Selbstverständnis von Journalist:innen agieren: Einige der befragten Personen schreiben sich selbst zwar klar die Rolle von PR-Berater:innen zu, geben aber trotzdem an, dass ihre journalistische Vergangenheit und ihr dort erlerntes Know-how nach wie vor Einfluss auf ihre neue Tätigkeit nimmt.

Daran anschließend zeigt die Betrachtung der daraus abgeleiteten Forschungsfrage FF2.1, „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“, dass sich die befragten Personen größtenteils einig sind bezüglich ihrer journalistischen Erfahrung beziehungsweise ihrem dort erlernten Know-how, das Einfluss nimmt und einen Vorteil für ihre neue Tätigkeit in der PR mit sich bringt. Für die Beantwortung der Fragestellung und Konkretisierung dieser Einflussnahme ergibt die konkrete Abfrage einzelner PR-Tätigkeiten, dass die interviewten PR-Berater:innen mit Journalismus-Erfahrung mehrheitlich allen Aspekten zustimmen: Die Mehrheit gibt an, dass ihnen ihre berufliche Vergangenheit beim Schreiben von PR-Texten sowie beim Platzieren von Artikeln in der journalistischen Berichterstattung hilft. Dabei hebt ein Großteil der befragten Personen ihr Gespür für den Newswert einer Story hervor. Aber auch ihr Zugang zu und Umgang mit Journalist:innen sowie ihre guten Kontakte und das enge Netzwerk mit ehemaligen Kolleg:innen wird als Vorteil für ihre Tätigkeit in der PR-Branche betont. Ein Teil der Befragten spricht demnach sogar von einem Vorteil beziehungsweise einem bleibenden Erfahrungsvorsprung durch das Kennen der Journalismus- und PR-Seite gegenüber PR-Berater:innen, die zuvor nicht im Journalismus gearbeitet und somit diese Erfahrungen nicht gesammelt haben.

Die Betrachtung von Forschungsfrage FF3, „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“, ergibt, dass diese mit den erlangten Erkenntnissen nicht eindeutig beantwortet werden kann. Zwar verneinen die Befragten im ersten Moment das Auftreten von Rollenkonflikten in ihrer PR-Tätigkeit, doch gezielte Nachfragen sowie das Aufzeigen konkreter Beispiele aus dem Berufsalltag führen zu Antworten, die auf Rollenkonflikte hindeuten beziehungsweise vereinzelt sogar von den befragten Personen als solche benannt werden. Auffällig dabei ist, dass die Teilnehmer:innen diese unterschiedlich interpretieren: Während ein Teil der Befragten auf einen Konflikt zwischen ihrer beruflichen und privaten Rolle eingeht, spricht ein anderer Teil den Konflikt zwischen ihrer ehemaligen

Journalist:innen-Rolle und der aktuellen PR-Berater:innen-Rolle an. Dabei beziehen sie sich vor allem auf die Zusammenarbeit mit PR-Kund:innen beziehungsweise auf die gewünschte Kommunikation von Informationen gegenüber Journalist:innen gegen die eigenen oder journalistischen Überzeugungen. Damit einher geht das Zurückhalten von Informationen im Sinne der PR-Auftraggeber:innen, obwohl diese für Journalist:innen von Interesse wären, was ebenfalls von vielen Befragten als Unwohlsein wahrgenommen oder sogar als Rollenkonflikt bezeichnet wird. Insgesamt gibt der Großteil der Teilnehmer:innen aber an, trotz allem stets im Interesse der Kund:innen zu handeln. In weiterer Folge sprechen, betreffend dem Umgang mit auftretenden Rollenkonflikten, fast alle befragten Personen von sich aus die Anwendung verschiedener Strategien an, um diese zu vermeiden, ihnen vorzubeugen oder damit umzugehen. Dazu gehören für die Mehrheit der Teilnehmenden die Identifikation mit den Auftraggeber:innen sowie die gezielte Selektion dieser nach einer Übereinstimmung mit den eigenen Werten. Auffällig dabei ist, dass viele befragte PR-Berater:innen angeben, dass ihre persönlichen Überzeugungen und Wünsche bei der Verteilung der Kund:innen innerhalb der PR-Agenturen zum Teil berücksichtigt werden. Ebenso beziehen sich viele auf den Einfluss der Gegebenheit, dass in der PR – im Gegensatz zum Journalismus – der eigene Name nur selten unter einem Text angeführt ist und somit ihre Anonymität in der PR gewahrt wird. Für viele erleichtert diese Tatsache die Kommunikation von Informationen, die nicht ihrer eigenen Meinung entsprechen.

Diesem Umgang mit möglichen Rollenkonflikten folgend, zeigt die Betrachtung der Erkenntnisse bezüglich der abgeleiteten Forschungsfrage FF3.1, „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“, dass eine leichte Tendenz in Richtung einer Einflussnahme erkennbar ist. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass nicht alle Teilnehmenden von auftretenden Rollenkonflikten sprechen und somit auch nicht zu dem Einfluss auf ihre Tätigkeit als PR-Berater:in befragt werden konnten. Dabei sprechen die Befragten jedoch auch in diesem Zusammenhang an, dass die persönliche Identifikation mit den Auftraggeber:innen eine wesentliche Rolle spielt – denn folgt man einer getätigten Aussagen, kann als PR-Berater:in umso überzeugter und erfolgreicher für ein Unternehmen argumentiert werden, je mehr man hinter dessen Botschaften steht.

Betrachtet man abschließend im Zusammenhang mit dem Auftreten von Rollenkonflikten die jeweilige Tätigkeitsdauer im Journalismus und der PR sowie eine Überschneidung von Themenbereichen in den beiden Branchen zeigt sich, dass hier keine eindeutigen Tendenzen erkennbar sind. Es sprechen sowohl Personen mögliche Rollenkonflikte an, die zwischen sieben und 22 Jahren im Journalismus gewesen sind, als auch jene, die nur wenige Monate bis drei Jahre als Journalist:in gearbeitet haben. Auch bezüglich des Zeitraums der

ausgeübten PR-Tätigkeit lässt sich kein eindeutiges Schema in Hinblick auf Rollenkonflikte erkennen: Es gibt keine eindeutigen Unterschiede zwischen der Personengruppe, die zwischen wenigen Monaten und fünf Jahren in der PR arbeiten, und der Gruppe, die zwischen sieben und 24 Jahren als PR-Berater:innen agieren. Ebenso nicht in Bezug auf eine mögliche Überschneidung von Themenbereichen in der Journalismus- und PR-Tätigkeit: Befragte Personen, die das Auftreten von Rollenkonflikten ablehnen, genauso wie jene, die das Auftreten erwähnen, geben zum Teil eine Überschneidung der vorherigen journalistischen Berichterstattung mit den aktuellen PR-Kund:innen an sowie ein Teil diese Überschneidung verneint.

5) Diskussion der Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) in Bezug mit der in Kapitel 2 erwähnten Theorie des Boundary Work Ansatz nach Gieryn (1983) sowie der vorgestellten Literatur zu Rollenverständnissen im Journalismus und der PR, Gründen für den Berufswechsel in die PR-Branche und zu Rollenkonflikten ehemaliger Journalist:innen in der PR diskutiert.

Der Boundary Work Ansatz nach Gieryn (1983) bildet die theoretische Grundlage der vorliegenden Masterarbeit und beschäftigt sich mit der Abgrenzung der Wissenschaft von anderen intellektuellen Aktivitäten mittels wesentlicher Merkmale (S. 781-782). Dabei variieren diese zugeschriebenen Merkmale je nach Tätigkeit und die Grenzen der Wissenschaft sind mehrdeutig, flexibel, abhängig vom Kontext, in sich widersprüchlich und umstritten. Durch die resultierende Mehrdeutigkeit ist eine neuerliche Abgrenzung immer wieder erforderlich (S. 791-793). Aufgrund der fachlichen Überschneidungen, der gegenseitigen Abhängigkeiten (Gonser & Gründl, 2017, S. 34), aber auch aufgrund der zuvor erläuterten wirtschaftlichen Entwicklungen im Journalismus wie sinkende Auflagen und Anzeigenschaltungen oder die steigende Konkurrenz durch kostenlose Nachrichtenportale im Online-Bereich (Hanitzsch et al., 2019, S.1), müssen nach Gonser & Rußmann (2017) auch die Grenzen zwischen journalistischen Inhalten und Inhalten der PR immer wieder neu verhandelt werden. Insbesondere die Arbeit der PR kann nicht immer eindeutig als solche benannt werden und die Grenzen zur journalistischen Arbeit verschwimmen (S. 3-6). So nutzen auch Journalist:innen etablierte Berufsnormen und Ideologien für die Grenzarbeit zwischen sich und jenen, die diese Normen nicht erfüllen (Banjac & Hanusch, 2022, S. 705-706). Nach Bourne (2019) sind auch die Grenzen der PR zu anderen Berufsfeldern nicht fix, wodurch ihre Legitimität immer wieder unter Beweis gestellt beziehungsweise Grenzen neu verhandelt werden müssen. Dabei nehmen die fortlaufenden Entwicklungen, die Fähigkeiten und das Fachwissen der PR auch Einfluss auf angrenzende Bereiche wie den Journalismus (S. 1-6). Carlson (2015) beschreibt den Journalismus sogar als einen Ort des Machtkampfes, an dem mittels Definition und Anfechtung von Grenzen um Autorität konkurriert wird (S. 7-9). Nach Maares & Hanusch (2020) ist in diesem Machtkampf zentral, wie Journalist:innen ihre Rolle in der Gesellschaft definieren (S. 264). Dem folgend gilt der Diskurs über die Rolle des Journalismus als zentrale Arena, in der journalistische Identität diskutiert beziehungsweise reproduziert wird und Akteur:innen um den Fortbestand oder um die Veränderungen ihrer journalistischen Identität kämpfen (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 129). In diesem Zusammenhang sprechen Hanitzsch & Vos (2017) von journalistischen Rollen als Teil eines größeren Bedeutungsrahmens, in dessen Mittelpunkt die Identität sowie die Verortung des

Journalismus in der Gesellschaft steht. Journalistische Rollen werden dabei diskursiv in einer relationalen Struktur ausverhandelt und berücksichtigen verschiedene Beziehungsstrukturen mit unterschiedlichen Machtverhältnissen (Hanitzsch & Vos, 2017, S. 129). Nach Hanitzsch et al. (2019) befinden sich journalistische Rollen in einem ständigen Wandel und es wird von einer Kluft zwischen den Rollen, die Journalist:innen anstreben, und den Rollen, die sie in der Praxis ausüben, ausgegangen (S. 163). Zwar zeigen die Ergebnisse nach Hanitzsch & Lauerer (2019), dass Journalist:innen in Österreich, Deutschland und der Schweiz vorrangig über ein Rollenverständnis verfügen, das die Darbietung von neutraler Information und sachlicher Analyse präferiert, jedoch verweisen sie auch auf eine Diskrepanz zwischen den theoretischen Ansprüchen und der journalistischen Praxis (S. 159-161). Demgegenüber sind Rollen in der PR nach Schöller (2022) an bestimmte Erwartungen geknüpft, dynamisch und abhängig von ihrem sozialen Umfeld. Da Rollen allerdings nicht für sich allein existieren können, muss ihr Umfeld immer in das Verständnis einer Rolle einbezogen werden (Schöller, 2022, S. 119). Dabei geht Schöller (2022) von einer Vielzahl an Rollen aus, die PR-Berater:innen situativ bedingt erfüllen. So variiert die ausgeübte Rolle von PR-Berater:innen nach ihren jeweiligen Interaktionspartner:innen, nach den Merkmalen einer Organisation oder nach persönlichen Faktoren (S. 121-122), wonach ausgeübte Rollen individuell und kontextabhängig eingenommen werden. Demnach üben Personen eine Vielzahl an Rollen aus und wechseln zwischen diesen (S. 129), was das folgende Zitat unterstreicht: „Die Polizistin ist nur dann Polizistin, wenn sie im Dienst ist, sich also im Kreise von Kollegen aufhält, Streife fährt und ggf. ihre Uniform trägt. In dem Moment, in dem sie in ihrer Freizeit eine Wanderung unternimmt und auf einer Berghütte einkehrt, nimmt sie eine andere Rolle ein: Sie ist Bergsteigerin und Hüttengast“ (Schöller, 2022, S. 118-119). Dem folgend zeigt auch die durchgeführte Untersuchung ähnliche Erkenntnisse: Einige Expert:innen beziehen sich bei der Frage nach auftretenden Rollenkonflikten nicht auf einen möglichen Konflikt zwischen der ehemaligen Journalist:innen-Rolle und der aktuellen PR-Berater:innen-Rolle, sondern auf einen Vergleich zwischen ihrer beruflichen und privaten Rolle. Dabei geben sie an, mit keinen Rollenkonflikten zu kämpfen, weil sie ihre privaten Ansichten, die ihren beruflichen Anforderungen widersprechen können, als PR-Berater:innen ausblenden – ihre beruflichen und privaten Meinungen also trennen, um ihre PR-Tätigkeit im Sinne des beruflichen Erfolgs gut auszuüben – was auf einen Wechsel zwischen der beruflichen und privaten Rolle hindeutet. Auf der anderen Seite ist der Einfluss der eigenen Werte beziehungsweise die Identifikation mit den PR-Auftraggeber:innen ein bedeutendes Thema der durchgeführten Interviews, wie die Ergebnisse der Inhaltsanalyse zeigen beziehungsweise die Diskussion in weiterer Folge erläutern wird.

Betrachtet man den erläuterten theoretischen Inhalten folgend den Wechsel von ehemaligen Journalist:innen in die PR-Branche wird deutlich, dass die Tätigkeit von Journalist:innen in der PR-Branche zunehmend auch dazu führt, dass die Grenzen der beiden Bereiche weiter verschwimmen beziehungsweise immer unschärfer werden (Koch & Obermaier, 2014, S. 474). Koch et al. (2017) unterstellt den beiden Bereichen sogar eine gegenseitige Abhängigkeit, da Journalist:innen auf die Inhalte der PR angewiesen sind und PR-Berater:innen auf die journalistische Veröffentlichung dieser, was beiden Parteien Macht verleiht (S. 1). Ein wechselseitiger Einfluss, dem sich den Ergebnissen folgend beide Parteien bewusst sind, wobei PR-Berater:innen ihren Einfluss auf die journalistische Berichterstattung deutlich höher einschätzen als Journalist:innen (S. 11-14). In diesem Zusammenhang sprechen Koch et al. (2017) das Vorhandensein von Rollenkonflikten auf beiden Seiten an: Auf der einen Seite sollen Journalist:innen objektive Berichterstattung produzieren, sind aber auf Inhalte der PR angewiesen und unterschätzen gleichzeitig deren Einfluss. Auf der anderen Seite wird diese Einflussnahme von PR-Berater:innen erwartet, was zu einer Überschätzung der eigenen Tätigkeit führen kann (S. 13). Demnach sowie durch die zuvor erläuterten unterschiedlichen Rollenverständnisse der beiden Branchen und die unterschiedlichen normativen Funktionen, liegt es auch nahe, dass mit diesem Berufswechsel eine Art Rollenkonflikt einhergeht (Viererbl & Koch, 2019, S. 1). Betrachtet man dem folgend die berufliche Rolle, die ehemalige Journalist:innen nach ihrem Wechsel in die PR einnehmen, zeigen die Ergebnisse nach Viererbl & Koch (2019), dass fast alle Befragten von einem positiven Einfluss ihrer journalistischen Erfahrung auf ihre neue Tätigkeit in der PR sprechen und einige noch immer über das berufliche Selbstverständnis einer journalistisch arbeitenden Person verfügen. Dem folgend gehen Viererbl & Koch (2019) davon aus, dass sie durch den Journalismus geprägt wurden und sich viele ehemalige Journalist:innen in der PR weiterhin als Journalist:innen identifizieren. So wäre es für die Befragten auch schwierig, sich einer Rolle im Journalismus oder in der PR eindeutig zugehörig zu fühlen, woraus in weiterer Folge ebenfalls Rollenkonflikte resultieren könnten (S. 9-10). Die Erkenntnisse der durchgeführten Studie führen hingegen zu einem anderen Ergebnis: Fast alle befragten Teilnehmer:innen der durchgeführten Leitfadeninterviews, die im PR-Bereich tätig sind, schreiben sich selbst zum Zeitpunkt der Befragung auch die Rolle von PR-Berater:innen zu. Lediglich zwei Personen geben davon abweichende Antworten – sie sehen sich nicht als PR-Berater:innen, sondern finden sich in einer Art Mischform aus Journalist:in und PR-Berater:in wieder. Bei der Betrachtung des beruflichen Selbstverständnisses von PR-Berater:innen mit Erfahrung im Journalismus zeigen die Erkenntnisse der vorliegende Inhaltsanalyse jedoch ebenfalls, dass einige der befragten Personen sich selbst zwar eindeutig die PR-Berater:innen-Rolle zuschreiben, jedoch nach wie vor durch ihre journalistische Vergangenheit und ihr dort erlerntes Know-how mit diesem journalistischen Verständnis agieren und dieses auch Einfluss

auf ihre neue Tätigkeit nimmt. Ähnliche Erkenntnisse stellen Sherwood & O'Donnell (2016) in ihrer Befragung von Journalist:innen nach dem Verlust ihres Arbeitsplatzes fest: Zwar ist die berufliche Identität stark mit dem journalistischen Arbeiten verbunden und nimmt nach einem Berufswechsel ab (S. 2-4), dennoch geben die meisten Befragten an, ihre journalistischen Fähigkeiten auch in ihre neue Rolle zu übertragen (S. 14-17).

Bei näherer Betrachtung dieser journalistischen Erfahrung und der erlernten Fähigkeiten ist der PR-Bereich nach Viererbl & Koch (2019) genau aus diesem Grund für ehemalige Journalist:innen besonders attraktiv: weil in der PR-Branche Fähigkeiten und Kompetenzen gefordert sind, die auch im Journalismus benötigt werden (S. 3). Auch nach den Ergebnissen von Koch et al. (2012) empfinden Journalist:innen die Arbeit in der PR vor allem aufgrund der geforderten journalistischen Kenntnisse und Fertigkeiten attraktiv und ziehen dadurch einen Berufswechsel in die PR in Erwägung (S. 521). Dernbach et al. (2017) führen die Kompetenz von PR-Berater:innen sogar darauf zurück, dass viele bereits eine mehrjährige Karriere im Journalismus hatten (S. 81). Nach Koch & Obermaier (2014, S. 474) sowie nach Koch et al. (2012, S. 512) sind journalistische Fähigkeiten zunehmend wichtige Eigenschaften für PR-Berater:innen und die Nachfrage nach journalistischem Know-how in der PR steigt stetig – ein Mitgrund wieso viele Journalist:innen zunehmend Berufe im PR-Bereich annehmen. Auch die Ergebnisse der im Zuge dieser Masterarbeit durchgeführten Leitfadeninterviews zeigen, dass die befragten Personen angeben, ihre journalistische Erfahrung beziehungsweise ihr dort erlerntes Know-how nimmt einen positiven Einfluss auf ihre neue Tätigkeit in der PR. Ein Teil benennt das Kennen der anderen, journalistischen Seite sogar als Vorteil beziehungsweise Erfahrungsvorsprung gegenüber Kolleg:innen in der PR, die zuvor keine Erfahrung im Journalismus gesammelt haben. Im Vergleich mit Viererbl & Koch (2019) zeigen auch hier die Erkenntnisse, dass sich eine journalistische Tätigkeit in mehrfacher Hinsicht positiv auf die neue Tätigkeit in der PR-Branche auswirkt (S. 10). Besonders das Schreiben von Texten sowie das Platzieren von Artikeln in redaktioneller Berichterstattung werden laut der hier durchgeführten Inhaltsanalysen als Fähigkeiten betont, bei denen journalistische Erfahrung einen Vorteil bringt. Auch das Gespür ehemaliger Journalist:innen für den Newswert einer Story sowie der persönliche Zugang und gute Kontakte zu ehemaligen Kolleg:innen in den Redaktionen werden von den Befragten hervorgehoben. Tätigkeiten, denen sich die Ergebnisse von Koch & Obermaier (2014) anschließen: Demnach sind journalistische Fähigkeiten, wie Schreib- und Leseverständnis, kritisches Denken sowie die Kenntnis über die Abläufe in einer Redaktion, aber auch die erforderlichen Kontakte zu Journalist:innen, wichtige Eigenschaften für PR-Berater:innen (S. 474).

Betrachtet man folgend die Erkenntnisse der durchgeführten qualitativen Inhaltsanalyse im Vergleich mit der erläuterten Studie von Koch et al. (2012) sowie von Koch & Obermaier

(2013) zu den Gründen für den Berufswechsel in die PR zeigen sich ähnliche Ergebnisse in den Untersuchungen: In Folge des bereits erläuterten positiven Einflusses der journalistischen Erfahrung auf die Tätigkeit in der PR, nehmen ehemalige Journalist:innen nach Koch et al. (2012) eine Tätigkeit in der PR aufgrund der geforderten journalistischen Kenntnisse und Fertigkeiten sowie der wachsenden Nachfrage nach journalistischem Know-how an (S. 521) – ein Aspekt, den auch die Expert:innen der hier untersuchten Leitfadeninterviews nennen. Koch & Obermaier nennen (2013) finanzielle Aspekte als einen der Hauptgründe, wieso ehemalige Journalist:innen in die PR wechseln (S. 118). Auch die durchgeführte Inhaltsanalyse der vorliegenden Masterarbeit kommt zu der Erkenntnis, dass die Befragten vorrangig eine finanzielle Unsicherheit beziehungsweise eine fehlende Sicherheit im Journalismus als Grund für ihren Berufswechsel in die PR angeben. In diesem Zusammenhang werden auch sinkende oder fehlende Ressourcen im Journalismus angesprochen, wozu der vorherrschende Personalmangel, ein niedriges Gehalt, immer weniger Festanstellungen oder schlechte Arbeitsbedingungen gehören. Weitere genannte Gründe sind vorhandenes Interesse an der PR, der Wunsch nach etwas Neuem und eine sich bietende Gelegenheit durch bestehende Kontakte in der PR. Auch Koch & Obermaier (2013) geben in ihren Ergebnissen an, dass die Hälfte der Befragten aus Vergnügen und Interesse im PR-Bereich tätig ist, kommen aber insgesamt zu der Erkenntnis, dass die Gründe für den Wechsel in die PR vielseitig sein können (S. 121). Eine Schlussfolgerung, die auch die durchgeführte Inhaltsanalyse zeigt. Denn die konkrete Abfrage verschiedener, zum Teil in der Literatur genannter Gründe für den Berufswechsel führt zu einer wiederholten Zustimmung: Die Interviewteilnehmer:innen stimmen dem Aspekt zu, dass die ähnliche Tätigkeit im Journalismus und der PR ein Grund für ihren Wechsel war und heben dabei den positiven Einfluss ihrer Fähigkeiten – besonders jener des Textens – hervor. Ebenso sprechen sie den Ergebnissen von Koch et al. (2012, S. 521) und Koch & Obermaier (2013, S. 121) folgend, von Interesse beziehungsweise Freude an der PR sowie von finanziellen Aspekten und einem besseren Gehalt in der PR-Branche, dass Einfluss auf ihren Berufswechsel nimmt.

Viererbl & Koch (2019) sprechen dem folgend ganz allgemein von einer Unzufriedenheit im Journalismus und unterteilen die Gründe für den Berufswechsel in die PR in intrinsische Motivatoren und extrinsische Hygienefaktoren. Motivatoren sind intrinsische Einflüsse, die sich durch die Arbeit selbst ergeben, wie Wertschätzung oder Erfolg. Diese Faktoren müssen für Zufriedenheit am Arbeitsplatz vorhanden sein, können aber auch für den Wunsch nach Veränderung oder nach neuen Herausforderungen bei Journalist:innen verantwortlich sein, da in der PR ähnliche Fähigkeiten gefordert sind, aber ein besseres Gehalt und eine höhere Sicherheit geboten wird (S. 3). Demnach können die Ergebnisse der durchgeführten Inhaltsanalyse beziehungsweise die Angaben der Befragten, dass ihr Interesse an der PR,

der Wunsch nach etwas Neuem, eine sich bietende Gelegenheit durch bestehende Kontakte, ein ähnlicher Tätigkeitsbereich oder vorhandene Fähigkeiten ihren Wechsel vom Journalismus in die PR begünstigt haben, auch als intrinsische Motivatoren interpretiert werden. Demgegenüber sind Hygienefaktoren nach Viererbl & Koch (2019) extrinsische Belohnungen wie finanzielle Anreize, Arbeitsplatzsicherheit oder ein positives Arbeitsumfeld. Die Abwesenheit dieser Faktoren löst Unzufriedenheit aus und führt dazu, dass sich Journalist:innen einen neuen Job suchen (S. 3). Die Angaben der Befragten in der durchgeführten Inhaltsanalyse, dass finanzielle Unsicherheit sowie sinkende oder fehlende Ressourcen im Journalismus wie Personalmangel, ein niedriges Gehalt, immer weniger Festanstellungen oder schlechte Arbeitsbedingungen für ihren Berufswechsel verantwortlich sind, lassen sich dem folgend als Hygienefaktoren interpretieren. Viererbl & Koch (2019) unterteilen die Gründe für einen Berufswechsel in weiterer Folge auch in Push- und Pull-Faktoren: Erstgenannte werden als negativ erlebte Einflüsse im Journalismus definiert, die Journalist:innen aus ihrer Tätigkeit herausdrängen, zweitgenannte als externe, positive Einflüsse, die sie in die PR-Branche hineinziehen (S. 4). In Verbindung mit den Ergebnissen der durchgeführten Inhaltsanalyse kann die angegebene Unsicherheit im Journalismus als „Hygiene push factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 7), die genannte Arbeitsplatzsicherheit in der PR als „Hygiene pull factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 8) und der ähnliche Tätigkeitsbereich sowie das Verlangen nach einem Perspektivenwechsel als „Motivating pull factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 9) interpretiert werden. „Motivating push factors“ (Viererbl & Koch, 2019, S. 8), wie zum Beispiel eine fehlende Wertschätzung im Journalismus, lassen sich mittels der Erkenntnisse der durchgeführten Leitfadeninterviews nicht eindeutig feststellen, da diese von den Befragten nicht genannt werden. Insgesamt zeigen aber sowohl die Ergebnisse nach Viererbl & Koch (2019, S. 12) als auch die Erkenntnisse der vorliegenden Inhaltsanalyse, dass negativ empfundene Gegebenheiten Journalist:innen aus dem Journalismus drängen und positive Aspekte der PR anlocken.

Weiters führt die Tatsache, dass immer mehr Journalist:innen in verwandte Bereiche wie die PR wechseln, obwohl sich beide Tätigkeiten deutlich in ihrer normativen Funktion unterscheiden, nach Viererbl & Koch (2019) zu einer Diskussion über mögliche, auftretende Rollenkonflikte (S. 1). Dabei resultieren Rollenkonflikte nach Koch et al. (2012) in erster Linie aus den erläuterten unterschiedlichen Rollen und Verhaltenserwartungen an Journalist:innen sowie PR-Berater:innen in der Gesellschaft, sobald sich diese widersprechen oder als nicht konsistent wahrgenommen werden (S. 521-522). Um das Auftreten solcher Rollenkonflikte zu untersuchen, haben Koch et al. (2012) sowie Koch & Obermaier (2013; 2014) freie Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich untersucht. Dabei zeigen sowohl die Ergebnisse nach Koch et al. (2012, S. 520), als auch nach Koch & Obermaier (2013, S. 117),

dass sich die Befragten dem Konfliktpotenzial ihrer Doppeltätigkeit in beiden Branchen zwar bewusst sind, diese jedoch vorwiegend bei Kolleg:innen und kaum bei sich selbst wahrnehmen. Während Koch et al. (2012, S. 520) die Anwendung von Präventionsstrategien als Ernstnehmen des Konfliktpotenzials der Doppelrolle interpretieren, vermuten Koch & Obermaier (2013, S. 125-126), dass einige der Bedenken bezüglich der Ausübung beider Branchen überzogen sind: Ein Großteil der Teilnehmer:innen gibt an, gerne in ihrer Doppelrolle zu agieren und die meisten empfinden das Konfliktpotenzial nicht als problematisch. Nach Koch & Obermaier (2014) stimmt der Großteil der Befragten zu, dass eine gleichzeitige Tätigkeit im Journalismus und in der PR zu Interessenkonflikten führen kann, während nur ein kleiner Teil nicht zustimmt. Dabei bewertet dies ebenfalls die Mehrheit als nicht problematisch beziehungsweise die Befürchtungen als übertrieben. Bezogen auf erlebte Konfliktsituationen bei sich selbst, gibt ein Drittel an, noch nie mit Rollenkonflikten konfrontiert gewesen zu sein, sowie ein Drittel angibt, diese gelegentlich oder sogar häufig zu erleben (S. 478-481). Betrachtet man die durchgeführte Inhaltsanalyse der vorliegenden Masterarbeit zeigt sich, dass die Befragten zwar im ersten Moment das Auftreten von Rollenkonflikten in ihrer PR-Tätigkeit verneinen, doch durch gezieltes Nachfragen sowie das Aufzeigen konkreter Beispiele aus dem Berufsalltag die Antworten der Teilnehmenden auf Rollenkonflikte hindeuten beziehungsweise vereinzelt sogar auftretende Situationen als Rollenkonflikt bezeichnet werden. Dabei beziehen sich diese vor allem auf die Zusammenarbeit mit PR-Kund:innen beziehungsweise auf die gewünschte Kommunikation von Informationen gegen die eigenen oder journalistischen Überzeugungen. Auch das Zurückhalten von Informationen, entgegen dem eigentlichen Newswert journalistischer Berichterstattung, im Sinne der PR-Auftraggeber:innen wird von vielen Befragten als Unwohlsein oder sogar als Rollenkonflikt interpretiert. Beim Vergleich der Ergebnisse muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Befragten der geführten Leitfadeninterviews vollständig vom Journalismus in die PR gewechselt haben, sich hingegen jene Befragten nach Koch et al. (2012) sowie nach Koch & Obermaier (2013; 2014) in einer Doppelrolle in beiden Tätigkeiten befinden. Viererbl & Koch (2019) haben sich ebenfalls auf die Befragung ehemaliger Journalist:innen nach einem Berufswechsel in die PR-Branche fokussiert, wonach die Ergebnisse ähnlich zeigen, dass die Befragten zwar allgemein auf ein Konfliktpotential hinweisen, aber nur kaum persönlich Rollenkonflikte wahrnehmen. Dennoch lassen sich, wie in der hier durchgeführten Inhaltsanalyse, zahlreiche Hinweise auf eine Existenz dieser erkennen: Einige der Befragte sprechen ebenso von einem unwohlsten Gefühl, Informationen zurückhalten zu müssen, die sie als Journalist:innen verwendet hätten, und sprechen in diesem Zusammenhang von ethischen Bedenken, wenn sie gegenüber Journalist:innen nicht ehrlich sind. Dabei folgt die Zusammenfassung der Erkenntnisse nach Viererbl & Koch (2019) einer ähnlichen Tendenz wie die Ergebnisse der hier durchgeführten Leitfadeninterviews:

Ehemalige Journalisten:innen sind sich nach ihrem Wechsel in die PR möglicher Rollenkonflikte bewusst, aber empfinden diese als überschaubar und nicht als belastend. Spannungen werden bereits im Vorfeld offen kommuniziert, man findet sich damit ab oder versucht, Anpassungen der Situation vorzunehmen (S. 9-12), was auch als versuchte Prävention, Vermeidung oder Reduzierung möglicher Rollenkonflikte zu interpretieren ist – eine Strategie, die fast alle befragten Expert:innen im Umgang mit auftretenden Rollenkonflikten ebenso laut der durchgeführten Inhaltsanalyse von sich aus ansprechen: Die Mehrheit spricht eine erforderliche Identifikation mit den Auftraggeber:innen sowie die gezielte Selektion dieser nach einer Übereinstimmung mit den eigenen Werten an. Interessant dabei ist, dass persönliche Überzeugungen und Wünsche bei der Verteilung der Kund:innen innerhalb von PR-Agenturen zum Teil berücksichtigt werden. Ebenso wird in diesem Kontext die Anonymität der PR positiv hervorheben, da im Gegensatz zum Journalismus der eigene Name nur selten unter einem PR-Text angeführt wird. Eine Erkenntnis, die auch Koch & Obermaier (2013; 2014) aufzeigen: Fast die Hälfte der Befragten gibt an, unter verfasste PR-Produkte nicht immer den eigenen Namen zu schreiben, um die PR-Tätigkeit nicht offen zu kommunizieren (S. 124, S. 479). Nach Koch et al. (2012) verschweigen einige Journalist:innen ihre Nebentätigkeit in der PR sogar (S. 530). Auch die gezielte Selektion von PR-Auftraggeber:innen zur Prävention von Rollenkonflikten wird nach Koch & Obermaier (2013) von rund drei Viertel der befragten Personen bestätigt, wonach diese nur für Kund:innen arbeiten, die ihre eigenen Einstellungen teilen und den eigenen Absichten entsprechen (S. 124). Den Erkenntnissen nach Koch et al. (2012) folgend, nehmen die Befragten keine PR-Aufträge für Unternehmen oder Personen an, die zweifelhafte Ziele verfolgen oder nicht den eigenen Standpunkten entsprechen (S. 529). Nach Koch & Obermaier (2014) trifft dieses Vorgehen sogar auf den Großteil der Befragten zu, wobei die Übereinstimmung mit den eigenen Werten beziehungsweise der Wunsch, nicht im Widerspruch zu den eigenen Werten zu stehen, zentral ist (S. 479). Betrachtet man nach Viererbl & Koch (2019) weiters die Anwendung von Bewältigungsstrategien, um Rollenkonflikten entgegenzuwirken, ist eine mögliche Strategie, die Eingewöhnung. Demnach gewöhnen sich die Befragten an ihre neue Tätigkeit und an die abweichenden Erwartungen beziehungsweise Ziele – stellen sich also als ehemalige Journalist:innen auf ihre neue PR-Rolle ein, um dadurch Rollenkonflikte zu vermeiden oder zu reduzieren (S. 12). In der durchgeführten Inhaltsanalyse lassen sich erste Tendenzen in diese Richtung feststellen, da die überwiegende Mehrheit der befragten ehemaligen Journalist:innen als PR-Berater:in ihre aktuelle berufliche Rolle auf ihre Tätigkeit in der PR-Branche bezieht und sich selbst die PR-Berater:innen-Rolle zuschreibt.

Scheitert dem folgend jedoch die Prävention, Bewältigung oder Vermeidung von möglichen Rollenkonflikten zeigt die Betrachtung dessen Einfluss auf die ausgeübte PR-Tätigkeit, dass

eine leichte Tendenz in Richtung einer Einflussnahme erkennbar ist. Da jedoch nicht alle Teilnehmenden von auftretenden Rollenkonflikten sprechen, ist die Einschätzung des Einflusses auf die PR-Tätigkeit in weiterer Folge schwierig. Dabei sprechen die Befragten auch in diesem Zusammenhang an, dass die persönliche Identifikation mit den PR-Auftraggeber:innen eine wesentliche Rolle spielt: Umso mehr ehemalige Journalist:innen in ihrer Tätigkeit als PR-Berater:innen hinter dem betreuten Unternehmen und seinen Botschaften stehen, desto überzeugter und erfolgreicher kann in dessen Sinne argumentiert werden. Die Ergebnisse nach Obermaier & Koch (2013) zeigen demgegenüber, dass die Befragten durch das Bestehen von Rollenkonflikten in ihrer Doppeltätigkeit im Journalismus und der PR vermehrt Stress im Berufsalltag wahrnehmen und mit ihrer beruflichen Situation weniger zufrieden sind (S. 406). Dabei wird von einem wechselseitigen Einfluss ausgegangen: Befragte, die durch ihre Doppelfunktion gestresst sind, sind gleichzeitig auch weniger zufrieden in ihrer beruflichen Situation. Dabei nehmen Befragte mit geringerer Zufriedenheit in ihrem Beruf verstärkt Stress aufgrund von Rollenkonflikten wahr (S. 415). Obermaier & Koch (2014) sind dem folgend zu der Erkenntnis gekommen, dass freie Journalist:innen mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich im Arbeitsalltag verstärkt angespannt sind und unsicher, welche berufliche Identität sie annehmen sollen. Dabei stellen sie hingegen auch fest, dass Rollenkonflikte keine direkten Auswirkungen auf Stress am Arbeitsplatz und die Arbeitszufriedenheit haben. Möglicherweise, weil sich die Teilnehmenden bereits an ihre Doppelrolle mit korrelierenden Erwartungen gewöhnt haben. Insgesamt zeigt sich dabei, dass die durchschnittliche Arbeitszufriedenheit der Befragten eher positiv ist, was darauf zurückgeführt werden kann, dass die meisten freien Journalist:innen intrinsisch motiviert sind. Demnach gehen Obermaier & Koch (2014) davon aus, dass Journalist:innen mit langjähriger Erfahrung im PR-Bereich weniger Rollenkonflikte erleben als jene, die noch unerfahren in der PR sind (S. 623-626). Auch in diesem Zusammenhang muss bei der Betrachtung der erlangten Erkenntnisse der hier durchgeführten Leitfadeninterviews berücksichtigt werden, dass sich die Befragten in keiner Doppelrolle in beiden Branchen befinden, sondern vollständig in die PR gewechselt sind. Dabei kann weder ein Einfluss von Erfahrung oder der Tätigkeitsdauer, noch das Auftreten von Stress oder Unzufriedenheit eindeutig festgestellt werden. Allerdings ist an dieser Stelle anzumerken, dass die befragten Expert:innen ebenfalls stark intrinsisch motiviert sind und ihre Antworten bezüglich eines möglichen Wechsels zurück in den Journalismus sogar aufzeigen, dass der Großteil in der PR-Branche bleiben möchte – was nicht auf eine vorherrschende Unzufriedenheit in der aktuellen Tätigkeit hindeutet.

Betrachtet man weiters die jeweilige Tätigkeitsdauer der befragten Expert:innen der durchgeführten Leitfadeninterviews in der vorliegenden Masterarbeit im Zusammenhang mit dem Auftreten von Rollenkonflikten zeigt sich, dass hier keine eindeutigen Tendenzen

erkennbar sind. Mögliche Konflikte in der eigenen beruflichen Rolle oder Situation werden sowohl von Personen angesprochen, die zwischen wenigen Monaten und fünf Jahren in der PR arbeiten, als auch von jenen, die zwischen sieben und 24 Jahren als PR-Berater:innen agieren. Ebenso zeigt sich kein Unterschied zwischen den Befragten, die zwischen sieben und 22 Jahren im Journalismus tätig gewesen sind, und jenen, die nur wenige Monate bis drei Jahre als Journalist:innen gearbeitet haben. Da Koch et al. (2012, S. 532) sowie Koch & Obermaier (2013, S. 126) davon ausgehen, dass Konflikte je nach Ressort unterschiedlich ausgeprägt und relevant sein können sowie das resultierende Konfliktpotenzial von der jeweiligen Tätigkeit im PR-Bereich abhängen kann und die nicht durchgeführte Unterscheidung bezüglich Themengebiete im Journalismus und der PR sogar als Limitation ihrer Studie angeben, wurde dieser Aspekt in der durchgeführten Inhaltsanalyse berücksichtigt und abgefragt. Jedoch lässt sich auch hier keine eindeutige Tendenz erkennen: Befragte Personen, die das Auftreten von Rollenkonflikten ablehnen, genauso wie jene, die das Auftreten erwähnen, geben sowohl eine Überschneidung der vorherigen journalistischen Berichterstattung mit den aktuellen PR-Kund:innen an sowie sie diese verneinen. Hanitzsch & Lauerer (2019) interpretieren dem folgend Rollenverständnisse im Journalismus sogar abhängig von Umfeld, Medienkanal und Ressort, wonach Lifestyle-Journalist:innen ihre Rolle anders wahrnehmen als Kolleg:innen im Politikressort einer Zeitung (S. 159-161). Da sich jedoch in der durchgeführten Inhaltsanalyse keine Unterschiede in Bezug auf die ausgeübten Themenbereiche oder Ressorts im Journalismus feststellen lassen, kann kein Einfluss des jeweiligen journalistischen Tätigkeitsbereichs auf das Auftreten möglicher Rollenkonflikte festgestellt werden.

6) Fazit

Die vorliegende Masterarbeit „Der Wechsel auf die andere Seite: Ehemalige Journalist:innen in der PR“ beschäftigt sich als qualitative Untersuchung mit den Beweggründen, Rollenverständnissen und Rollenkonflikten ehemaliger Journalist:innen in der PR-Branche. Ziel der Studie ist die Beantwortung der drei definierten Forschungsfragen, „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“, „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“ und „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“ sowie der sich daraus ableitenden Unterfragen, „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“, „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“ und „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“.

Die qualitative Untersuchung mittels einer inhaltlich strukturierenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Kuckartz (2022) hat ergeben, dass zwei der drei definierten Forschungsfragen sowie eine der drei abgeleiteten Unterfragen beantwortet werden können, alle anderen Fragestellungen lassen lediglich erste Annahmen auf Basis von Tendenzen zu. Ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die vollständig in die PR-Branche gewechselt sind, geben in erster Linie eine finanzielle Unsicherheit beziehungsweise eine fehlende Sicherheit im Journalismus als Gründe für ihren Berufswechsel an. Weiters werden sinkende oder fehlende Ressourcen im Journalismus genannt, wozu in den durchgeführten Interviews Personalmangel, ein niedriges Gehalt, immer weniger Festanstellungen oder schlechte Arbeitsbedingungen zählen, sowie vorhandenes Interesse an der PR, der Wunsch, etwas Neues auszuprobieren oder eine sich bietende Gelegenheit, wie durch bestehende Kontakte in der PR, einen ähnlichen Tätigkeitsbereich oder vorhandene Fähigkeiten. Die darauf folgende Abfrage beziehungsweise Aufzählung möglicher, zum Teil in der Literatur genannter Gründe für den Berufswechsel führt dabei zu einer Wiederholung einiger Aspekte: Die überwiegende Mehrheit der Befragten stimmt zu, dass der ähnliche Tätigkeitsbereich von Journalismus und PR ein Grund für ihren Berufswechsel war. Häufig hervorgehoben wird dabei die Fähigkeit des Textens, die ehemalige Journalist:innen mitbringen und auch in der PR einsetzen können. Ebenso geben fast alle befragten Personen auf Nachfrage an, dass Interesse beziehungsweise Freude an der neuen Tätigkeit sowie finanzielle Aspekte und ein

besseres Gehalt für ihren Berufswechsel verantwortlich waren. Die nähere Betrachtung der Aussagen bezüglich sinkender Ressourcen österreichischer Medien zeigt zwar mit einer mehrheitlichen Zustimmung eine klare Tendenz für einen Einfluss auf den Berufswechsel ehemaliger Journalist:innen, jedoch betonen die Befragten dabei verschiedene Aspekte: Den Rückgang der Printmedien, die steigenden Anforderungen im Journalismus, die allgemeine Unsicherheit im Journalismus oder die fortwährende Schwierigkeit, eine feste Anstellung zu finden. Das Fehlen einer einheitlichen Definition von sinkenden Ressourcen in der österreichischen Medienlandschaft erschwert jedoch die eindeutige Beantwortung der Fragestellung. Klar beantwortet werden kann hingegen die Forschungsfrage nach dem beruflichen Selbstverständnis ehemaliger Journalist:innen, die aktuell als PR-Berater:innen tätig sind: Fast alle befragten Personen, die zum Zeitpunkt der durchgeführten Leitfadeninterviews im PR-Bereich tätig sind, schreiben sich auch die PR-Berater:innen-Rolle zu. Nur zwei Personen geben abweichende Antworten und sehen sich nicht eindeutig als PR-Berater:innen, sondern in einer Mischform aus beiden Branchen. Daran anschließend zeigt die Betrachtung der sich daraus abgeleiteten Unterfrage bezüglich des Einflusses der beruflichen Erfahrung sowie dem Know-how ehemaliger Journalist:innen auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in, dass sich die befragten Personen zum Großteil einig sind und einer Einflussnahme zustimmen. Dabei ergibt die konkrete Abfrage einzelner PR-Tätigkeiten, dass die interviewten PR-Berater:innen mit Journalismus-Erfahrung ihre berufliche Vergangenheit als Vorteil sehen: Die Mehrheit gibt an, dass diese ihnen beim Schreiben von PR-Texten sowie beim Platzieren von Artikel in der journalistischen Berichterstattung hilft und sie betonen dabei ihr Gespür für den Newswert einer Story sowie ihren Zugang zu Journalist:innen aufgrund guter Kontakte und einem engen Netzwerk mit ehemaligen Kolleg:innen. Ein Teil der Befragten spricht demnach sogar von einem Erfahrungsvorsprung gegenüber PR-Berater:innen, die zuvor nicht im Journalismus gearbeitet und somit diese Erfahrungen nicht gesammelt haben. In Bezug auf das Auftreten von möglichen Rollenkonflikten bei ehemaligen Journalist:innen in der PR, den Umgang damit sowie dem Einfluss auf ihre Tätigkeit als PR-Berater:innen kann die Forschungsfrage sowie die zugehörige Unterfrage nicht eindeutig beantwortet werden, jedoch lassen sich klare Tendenzen erkennen: Die befragten Personen verneinen zwar im ersten Moment das Auftreten von Rollenkonflikten in der PR, jedoch deuten gezielte Nachfragen sowie das Aufzeigen konkreter Beispiele aus dem Berufsalltag stark darauf hin beziehungsweise werden einzelne Situationen sogar von den Teilnehmenden als Rollenkonflikt benannt. Dabei interpretiert ein Teil der Befragten diese als Konflikt zwischen ihrer beruflichen und privaten Rolle sowie ein Teil als Konflikt zwischen ihrer ehemaligen Journalist:innen-Rolle und ihrer aktuellen PR-Berater:innen-Rolle, wobei sie sich vor allem auf ihre Arbeit für PR-Kund:innen beziehungsweise auf die gewünschte Kommunikation von Informationen im Sinne der

Auftraggeber:innen entgegen der eigenen oder journalistischen Überzeugungen beziehen. Betrachtet man dem folgend den Umgang mit auftretenden Rollenkonflikten sprechen die befragten Personen von sich aus die Anwendung verschiedener Strategien an, um diese zu vermeiden, ihnen vorzubeugen oder damit umzugehen. Dazu gehören eine erforderliche Identifikation mit den Auftraggeber:innen, die gezielte Selektion dieser nach einer Übereinstimmung mit den eigenen Werten sowie die Wahrung der eigenen Anonymität in der PR durch eine nicht vorhandene Angabe des eigenen Namens unter PR-Texten. Dennoch erschweren die uneindeutigen Antworten und die unterschiedlichen Definitionen von Rollenkonflikten insgesamt eine klare Beantwortung der gestellten Forschungsfrage. Da nicht alle Teilnehmenden das Auftreten von Rollenkonflikten bestätigen, ist auch die Beantwortung der Frage zum Einfluss von Rollenkonflikten auf die ausgeübte Tätigkeit in der PR schwierig. Jedoch spricht auch in diesem Zusammenhang die Mehrheit der Befragten die persönliche Identifikation mit den Auftraggeber:innen an, wonach diese eine wesentliche Rolle in der Kommunikation für PR-Kund:innen spielt.

Die erläuterten Ergebnisse der durchgeführten Inhaltsanalyse unterstreichen dem folgend die Erkenntnisse der bisherigen Forschung nach Viererbl & Koch (2019), wonach ehemalige Journalist:innen nach ihrem Berufswechsel in die PR ebenfalls kaum persönlich Rollenkonflikte wahrnehmen. Dennoch lassen sich auch hier, ähnlich der durchgeführten Inhaltsanalyse, zahlreiche Hinweise auf eine Existenz wahrnehmen – zum Beispiel in Form eines Unwohlseins durch die Zurückhaltung von Informationen oder durch ethische Bedenken, wenn sie gegenüber Journalist:innen nicht ehrlich sind (S. 9-12). Auch in Bezug auf den Umgang mit auftretenden Rollenkonflikten gibt nach Koch & Obermaier (2013) fast die Hälfte der Befragten an, unter verfasste PR-Produkte nicht immer den eigenen Namen zu schreiben, um die PR-Tätigkeit nicht offen zu kommunizieren. Ebenfalls wird die gezielte Selektion von PR-Auftraggeber:innen zur Prävention von Rollenkonflikten mehrheitlich bestätigt, wonach diese nur für Kund:innen arbeiten, die ihre eigenen Einstellungen teilen und den eigenen Absichten entsprechen (S. 124). Betrachtet man die Erkenntnisse der bisherigen Studien in Bezug auf die Gründe für den Berufswechsel ehemaliger Journalist:innen in die PR zeigen sich auch hier starke Übereinstimmungen: Koch & Obermaier (2013) nennen finanzielle Aspekte als einen der Hauptgründe sowie Vergnügen und Interesse am PR-Bereich für ihren Branchenwechsel (S. 118-121). Ebenso finden Journalist:innen nach Koch et al. (2012) die PR-Branche aufgrund der geforderten journalistischen Erfahrung und Fähigkeiten attraktiv und ziehen dadurch einen Wechsel in Betracht (S. 521), wobei sich nach Viererbl & Koch (2019) eine journalistische Tätigkeit ebenfalls in mehrfacher Hinsicht positiv auf die neue Tätigkeit in der PR-Branche auswirkt (S. 10).

Dem folgend weisen die Erkenntnisse der vorliegenden Masterarbeit darauf hin, dass Journalist:innen vorrangig aufgrund der finanziellen Unsicherheit beziehungsweise der fehlenden Sicherheit im Journalismus in die PR wechseln, aber auch aufgrund von Interesse am PR-Bereich oder dem Wunsch, etwas Neues auszuprobieren. Darüber hinaus bietet sich für viele Journalist:innen die PR aufgrund bestehender Kontakte in der Branche, dem ähnlichen Tätigkeitsbereich oder durch vorhandene Fähigkeiten als Beruf an. Dabei ist auffällig, dass ehemalige Journalist:innen nach ihrem Wechsel in die PR-Branche sich selbst vorrangig ihre neue Rolle als PR-Berater:innen zuschreiben, aber durch ihre journalistische Vergangenheit und ihr dort erlerntes Know-how nach wie vor über das berufliche Selbstverständnis von Journalist:innen verfügen beziehungsweise mit diesem agieren. Dabei wirken sich ihre Fähigkeiten und Erfahrungen nach eigenen Angaben sogar positiv auf ihre neue Tätigkeit in der PR aus – beim Schreiben von PR-Texten sowie beim Platzieren von Artikeln in der journalistischen Berichterstattung, durch ihr Gespür für den Newswert eines Themas und durch ihre bestehenden Kontakte sowie den guten Zugang zu Journalist:innen. Betrachtet man das Auftreten von Rollenkonflikten bei ehemaligen Journalist:innen in der PR aufgrund der sich stark unterscheidenden Anforderungen der beiden Branchen, werden diese zwar im ersten Moment vorrangig abgelehnt, dennoch deuten viele Aussagen der Befragten und das Aufzeigen von Beispielen aus dem Berufsalltag darauf hin oder werden von ihnen in den Leitfadeninterviews sogar als Rollenkonflikt benannt – wie die gewünschte Kommunikation von Informationen gegen die eigenen oder journalistischen Überzeugungen oder das Zurückhalten von Informationen entgegen dem eigentlichen Newswert journalistischer Berichterstattung. Daraus lässt sich unter anderem schließen, dass ehemalige Journalist:innen sich ihrer Rollenkonflikte in der PR gar nicht richtig bewusst sind und erst durch konkrete Nachfragen oder das Aufzeigen verschiedener Beispiele auf ihre eigenen Konfliktsituationen aufmerksam werden. Dennoch scheint dieses Konfliktpotenzial keinen Einfluss auf ihre Zufriedenheit in der PR zu nehmen, da der Großteil ehemaliger Journalist:innen in der PR auch in der PR-Branche bleiben möchte und keinen Wechsel zurück in den Journalismus in Erwägung zieht. Im Umgang mit auftretenden Rollenkonflikten nennen ehemalige Journalist:innen in der PR verschiedene Strategien zur Prävention, Vermeidung oder Reduzierung dieser. Wobei auch die Anwendung von Präventionsstrategien als Ernstnehmen des Konfliktpotenzials der eigenen beruflichen Rolle interpretiert werden kann. Dazu gehört eine erforderliche Identifikation mit den PR-Auftraggeber:innen, die gezielte Selektion dieser nach einer Übereinstimmung mit den eigenen Werten sowie die vorhandene Anonymität in der PR durch die Nichtnennung des eigenen Namens unter PR-Texten. Betrachtet man dem folgend den Einfluss auftretender Rollenkonflikte, zeigt sich, dass auch hier die persönliche Identifikation mit den Auftraggeber:innen eine wesentliche Rolle

spielt und eine Abneigung gegenüber Kund:innen zu einer weniger überzeugten oder erfolgreichen Kommunikation führen kann.

An dieser Stelle muss jedoch angemerkt werden, dass die zuvor erläuterten Ergebnisse auch immer im Licht möglicher Limitationen der durchgeführten Forschung zu betrachten sind. Nach Hanitzsch & Lauerer (2019) muss bei der Interpretation der Ergebnisse zu möglichen Rollenkonflikten beachtet werden, dass es sich dabei um Selbstauskünfte der befragten Personen handelt und nicht zwingend um ihre gelebte Praxis (S. 161). So kann es in einigen Antworten der befragten Expert:innen zu einer Vermischung ihrer theoretischen Ansprüche und dem tatsächlichen Vorgehen kommen (S. 159-161). In diesem Zusammenhang sollte nach Koch et al. (2012) auch die Sensibilität des Themas berücksichtigt werden, da vor allem bei Fragen zu auftretenden Rollenkonflikten die Antworten durch soziale Erwünschtheit verzerrt sein können (S. 526). Im Hinblick auf die Ergebnisse der vorliegenden Masterarbeit ist dies als klare Limitation der durchgeführten Studie zu interpretieren und es kann davon ausgegangen werden, dass nicht alle Befragten der durchgeführten Expert:innen-Interviews das Auftreten von Rollenkonflikten sowie den Einfluss auf ihre Tätigkeit in der PR offen kommunizieren.

Um weitere Limitation zu minimieren oder möglichst ausschließen zu können, ist bei den durchgeführten Leitfadeninterviews auf eine gleichmäßig-demografische Verteilung unter den befragten Personen geachtet worden: Sieben der interviewten Expert:innen sind männlich und acht weiblich. Weitere sieben Personen sind zwischen 24 und 34 Jahren, fünf zwischen 35 und 45 Jahren sowie drei über 46 Jahre, wovon die älteste teilnehmende Person 63 Jahre alt ist. Betrachtet man den höchsten abgeschlossenen Bildungsgrad der Teilnehmenden zeigt sich, dass zwei Personen eine Matura haben, fünf einen Bachelor, sieben einen Master oder Magister und eine Person einen Doktor-Titel. Daraus lässt sich zwar schlussfolgern, dass von 15 Befragten nur zwei Personen über keinen Studienabschluss verfügen, jedoch war dieses hohe Bildungslevel der Expert:innen für die durchgeführte Befragung aufgrund des in der Regel üblichen Studiums für eine Tätigkeit im Journalismus oder der PR zu erwarten. Diese Tatsache ist somit nicht als eindeutige Limitation der durchgeführten Untersuchung zu sehen, muss jedoch bei der Einordnung der Ergebnisse berücksichtigt werden. Die nähere Betrachtung der jeweiligen Karrierestufe der befragten PR-Berater:innen sowie der jeweiligen Tätigkeitsdauer in den Branchen zeigt ebenfalls eine ausgewogene Verteilung: Etwas mehr als die Hälfte der Teilnehmer:innen befindet sich zum Zeitpunkt der Befragung auf einem höheren Karrierelevel und etwas weniger als die Hälfte kann als Berufseinsteiger:in oder auf der mittleren Karrierestufe eingeordnet werden. Dem folgend sind mit neun Personen ebenfalls etwas mehr als die Hälfte der Befragten länger im Journalismus als in der PR tätig gewesen sowie sechs Personen länger in der PR als im Journalismus. Wobei sieben

Personen fünf Jahre oder kürzer in der PR gearbeitet haben sowie acht Personen zwischen sieben und 24 Jahren. Neun Personen waren sieben Jahre oder länger im Journalismus sowie sechs Personen kürzer als drei Jahre. Jedoch ergibt sich eine mögliche Limitation der durchgeführten Untersuchung in Bezug auf eine etwaige Überschneidung der Themenbereiche im Journalismus und der PR: Denn Hanitzsch & Lauerer (2019) interpretieren Rollenverständnisse im Journalismus abhängig von Umfeld, Medienkanal und Ressort, wonach Lifestyle-Journalist:innen ihre Rolle anders wahrnehmen als Kolleg:innen im Politikressort einer Zeitung (S. 159-161). Koch et al. (2012, S. 532) sowie Koch & Obermaier (2013, S. 126) gehen sogar davon aus, dass Rollenkonflikte abhängig vom ausgeübten Ressort im Journalismus sind und das resultierende Konfliktpotenzial von der jeweiligen Tätigkeit im PR-Bereich abhängig sein kann. Jedoch geben bei der Beschreibung ihrer Themenbereiche, mit denen sich die Teilnehmenden in der PR und im Journalismus beschäftigen beziehungsweise beschäftigt haben, nur sechs der 15 Befragten an, dass es eine thematische Überschneidung gibt oder man sich in beiden Branchen mit ähnlichen Themenbereichen beschäftigt beziehungsweise beschäftigt hat.

Aufgrund der erlangten Erkenntnisse und der festgestellten Limitationen ergeben sich folgende Ziele für weitere Forschungen: Auch in künftigen Studien sollte der Fokus auf der Befragung ehemaliger Journalist:innen liegen, die vollständig in die PR gewechselt haben. Dabei sind sowohl weitere qualitative als auch quantitative Erkenntnisse von Interesse. Da sich die bisherige wissenschaftliche Literatur nach Koch & Obermaier (2013; 2014) beziehungsweise nach Obermaier & Koch (2013; 2014) stark auf die Untersuchung von Journalist:innen in Deutschland konzentriert, die sowohl im Journalismus als auch im PR-Bereich tätig sind beziehungsweise ihre Arbeit in der PR als Nebentätigkeit ausüben, gibt es bisher nur wenige Befunde zu den Rollenverständnissen und möglichen Rollenkonflikten von ehemaligen Journalist:innen nach ihrem Berufswechsel in die PR. Dabei wären aufgrund der hier noch uneindeutigen Beantwortung der Forschungsfrage zum Auftreten von Rollenkonflikten sowie der zugehörigen Unterfrage zum Einfluss von Rollenkonflikten auf die ausgeübte Tätigkeit in der PR weitere Forschungen erforderlich, um eindeutige Befunde feststellen zu können. Da sich die Befragten in der durchgeführten Inhaltsanalyse in diesem Zusammenhang auf unterschiedliche Aspekte in ihrem Berufsalltag beziehen, wäre für weitere Forschungen und eindeutige Ergebnisse in erster Linie eine einheitliche Definition von Rollenkonflikten erforderlich. Ebenso interessant wäre eine tiefergehende Untersuchung der häufig genannten und geforderten Identifikation von PR-Berater:innen mit den PR-Kund:innen sowie dem Einfluss auf ihre Tätigkeit beziehungsweise auf die Kommunikation für Auftraggeber:innen. Auch der Einfluss des Alters und der damit einhergehenden Erfahrung sowie der jeweiligen Tätigkeitsdauer im Journalismus und der PR auf das berufliche

Selbstverständnis der Befragten sowie auf das Auftreten von Rollenkonflikten ehemaliger Journalist:innen in der PR konnte in der durchgeführten Inhaltsanalyse nicht eindeutig eruiert werden und sollte in weiterer Folge näher untersucht werden. Darüber hinaus liefert die durchgeführte Untersuchung keine Erkenntnisse zum Einfluss des ausgeübten Ressorts im Journalismus oder durch eine Überschneidung der Themenbereiche, mit denen sich die Teilnehmenden im Journalismus und der PR beschäftigen beziehungsweise beschäftigt haben, was ebenfalls einen zentralen Ansatz für weitere Studien bietet. Betrachtet man den Umgang mit Rollenkonflikten beziehungsweise die Anwendung von Strategien, um diesen vorzubeugen oder diese zu vermeiden, zeigen sich in der durchgeführten Inhaltsanalyse bereits relativ eindeutige Befunde, dennoch wäre für weitere Forschungen eine detaillierte Untersuchung der gezielten Selektion von PR-Auftraggeber:innen nach einer Übereinstimmung mit den eigenen Werten relevant – vor allem im Kontext der jeweiligen Berufserfahrung und des Alters der Befragten, um mögliche Unterschiede zwischen den Teilnehmenden feststellen zu können. Da die erlangten Erkenntnisse zu den Gründen für den Berufswechsel ehemaliger Journalist:innen in die PR nur Rückschlüsse auf Österreich zu lassen, wäre in weiterer Folge eine Untersuchung der verschiedenen Gründe für den vollständigen Berufswechsel im Ländervergleich interessant – ob zum Beispiel ehemalige Journalist:innen in Deutschland andere Gründe nennen als in Österreich. Auch konnte in der durchgeführten Inhaltsanalyse der Einfluss von sinkenden Ressourcen österreichischer Medien nicht eindeutig festgestellt werden, da die Befragten zwar zustimmen, aber diesen Aspekt unterschiedlich interpretieren. Für weitere Forschungen in Österreich wäre demnach eine einheitliche Definition der aktuellen Situation der österreichischen Medienlandschaft erforderlich, um eindeutige Erkenntnisse liefern zu können.

IV. Literaturverzeichnis

- Agenturfinder* - PRVA Public Relations Verband Austria. (2022). Public Relations Verband Austria. <https://prva.at/service/agenturfinder>
- Banjac, S. & Hanusch, F. (2020). A question of perspective: Exploring audiences' views of journalistic boundaries. *New Media & Society*, 24(3), 705–723. <https://doi.org/10.1177/1461444820963795>
- Benson, R. & Neveu, E. (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Polity.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Columbia University Press.
- Bourne, Clea D. (2019). The Public Relations Profession as Discursive Boundary Work. *Public Relations Review*, 45(5)
- Broom, G. M. & Dozier, D. M. (1983). An Overview: Evaluation Research in Public Relations. *Public relations quarterly*, 28(3), 5-8.
- Carlson, M. & Lewis, S. C. (2015). *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. Routledge.
- Carlson, M. (2015). Introduction: the many boundaries of journalism. In: M. Carlson & S. C. Lewis (Hrsg.), *Boundaries of Journalism: Professionalism, Practices and Participation*. (S. 1-18). Routledge.
- Dernbach, B., Kiesenbauer, J. & Lenhoff, M. (2017). Vorbilder in Journalismus und Public Relations. In N. Gonser & U. Rußmann (Hrsg.), *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing* (S. 81–102). Springer-Verlag.
- Gieryn, T. F. (1983). Boundary-Work and the Demarcation of Science from Non-Science: Strains and Interests in Professional Ideologies of Scientists. *American Sociological Review*, 48(6), 781. <https://doi.org/10.2307/2095325>
- Gonser, N. & Rußmann, U. (2017). *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing*. Springer-Verlag.

- Gonser, N. & Gründl, J. (2017). Die andere Seite – Public Relations aus der Sicht von Journalismus-Studierenden. In N. Gonser & U. Rußmann (Hrsg.), *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing* (S. 33–44). Springer-Verlag.
- Hanitzsch, T. (2007). Deconstructing Journalism Culture: Toward a Universal Theory. *Communication Theory*, 17(4), 367–385. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.2007.00303.x>
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic Roles and the Struggle Over Institutional Identity: The Discursive Constitution of Journalism. *Communication Theory*, 27(2), 115–135. <https://doi.org/10.1111/comt.12112>
- Hanitzsch, T., Seethaler, J. & Wyss, V. (2019). *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz*. Springer-Verlag.
- Hanitzsch, T., Seethaler, J. & Wyss, V. (2019). Zur Einleitung: Journalismus in schwierigen Zeiten. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 1–23). Springer-Verlag.
- Hanitzsch, T. & Lauerer, C. (2019). Berufliches Rollenverständnis. In T. Hanitzsch, J. Seethaler & V. Wyss (Hrsg.), *Journalismus in Deutschland, Österreich und der Schweiz* (S. 135–161). Springer-Verlag.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J. & Beer, D. A. (2019). *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (Reuters Institute Global Journalism Series). Columbia University Press.
- Hanitzsch, T., Vos, T. P., Standaert, O., Hanusch, F., Hovden, J. F., Hermans, L. & Ramaprasad, J. (2019). Role Orientations: Journalists' Views on Their Place in Society. In: T. Hanitzsch, F. Hanusch, J. Ramaprasad, D. A. Beer (Hrsg.) *Worlds of Journalism: Journalistic Cultures Around the Globe* (S. 161–197). Columbia University Press.
- Hassenstein, K., Ritz, C. & Sandhu, S. (2022). *Wicked Problems: Herausforderungen für PR und Organisationskommunikation*. Springer VS.

- Heath, R. L. (2006). Onward Into More Fog: Thoughts on Public Relations' Research Directions. *Journal of Public Relations Research*, 18(2), 93–114. https://doi.org/10.1207/s1532754xjpr1802_2
- Kaiser, R. (2021). *Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung (Elemente der Politik) (German Edition)* (2., aktualisierte Aufl. 2021 Aufl.). Springer-Verlag.
- Koch, T., Fröhlich, R. & Obermaier, M. (2012). Tanz auf zwei Hochzeiten. Rollenkonflikte freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 60(4), 520–535. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2012-4-520>
- Koch, T. & Obermaier, M. (2013). Schwieriger Spagat. Eine quantitative Befragung freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Studies in Communication | Media*, 2(1), 115–127. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2013-1-115>
- Koch, T. & Obermaier, M. (2014). Blurred lines: German freelance journalists with secondary employment in public relations. *Public Relations Review*, 40(3), 473–482. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.02.006>
- Koch, T., Obermaier, M. & Riesmeyer, C. (2017). Powered by public relations? *Mutual perceptions of PR practitioners' bases of power over journalism*. *Journalism*, 21(10), 1573–1589. <https://doi.org/10.1177/1464884917726421>
- Kuckartz, U. (2022). *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung (Grundlagentexte Methoden)* (5., überarbeitete Aufl.). Beltz Juventa.
- Lenger, A., Schneickert, C. & Schumacher, F. (2013). *Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus: Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven*. Springer-Verlag.
- Lenger, A., Schneickert, C. & Schumacher, F. (2013). Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus. In A. Lenger, C. Schneickert & F. Schumacher (Hrsg.), *Pierre Bourdieus Konzeption des Habitus: Grundlagen, Zugänge, Forschungsperspektiven* (S. 13–41). Springer-Verlag.

- Löffelholz, M. & Rothenberger, L. (2016). *Handbuch Journalismustheorien (German Edition)*. Springer VS.
- Maares, P. & Hanusch, F. (2020). Exploring the boundaries of journalism: Instagram micro-bloggers in the twilight zone of lifestyle journalism. *Journalism*, 21(2), 262–278. <https://doi.org/10.1177/1464884918801400>
- Maares, P. & Hanusch, F. (2022). Interpretations of the journalistic field: A systematic analysis of how journalism scholarship appropriates Bourdieusian thought. *Journalism*, 23(4), 736–754. <https://doi.org/10.1177/1464884920959552>
- Obermaier, M. & Koch, T. (2013). Von der Doppelrolle. Auswirkungen von Inter-Rollenkonflikten freier Journalisten mit Nebentätigkeiten im PR-Bereich. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 61(3), 406–419. <https://doi.org/10.5771/1615-634x-2013-3-406>
- Obermaier, M. & Koch, T. (2014). Mind the gap: Consequences of inter-role conflicts of freelance journalists with secondary employment in the field of public relations. *Journalism*, 16(5), 615–629. <https://doi.org/10.1177/1464884914528142>
- Pietzcker, D. (2017). Anything Goes 2.0: Zur Selbstdefinition der Medienberufe im digitalen Informationszeitalter. In N. Gonser & U. Rußmann (Hrsg.), *Verschwimmende Grenzen zwischen Journalismus, Public Relations, Werbung und Marketing* (S. 65–78). Springer-Verlag.
- Roberts-Bowman, S. (2021). What is public relations?. In A. Theaker (2021). *The Public Relations Handbook (Media Practice)* (S. 3-24). (6. Aufl.). Routledge.
- Schöller, C. (2022). PR-Rollen im Organisationskontext: verzwickte Anforderungen an eine Branche. In K. Hassenstein, C. Ritz & S. Sandhu (Hrsg.), *Wicked Problems: Herausforderungen für PR und Organisationskommunikation* (S. 117-132). Springer VS.
- Sherwood, M. & O'Donnell, P. (2016). Once a Journalist, Always a Journalist? *Journalism Studies*, 19(7), 1021–1038. <https://doi.org/10.1080/1461670x.2016.1249007>

Theaker, A. (2021). *The Public Relations Handbook* (6. Aufl.). Routledge.

Viererbl, B. & Koch, T. (2019). Once a journalist, not always a journalist? Causes and consequences of job changes from journalism to public relations. *Journalism*, 22(8), 1947–1963. <https://doi.org/10.1177/1464884919829647>

V. Anhang

V.1) Leitfaden für die Interviews mit den Expert:innen

Anmerkungen:

- **Fett** gedruckte Fragen sind essenziell
- Normal gedruckte Fragen sind erwünschte Fragen, können aber, wenn zeitlich nicht möglich, ausgelassen werden
- *Kursiv* gedruckte Fragen sollten nicht vorgelesen werden, sondern sind Erinnerungen/Anweisungen für das Gespräch

Intro-Skript:

Vielen Dank, dass Sie sich bereit erklären, mit mir zu sprechen. Ich würde Ihnen gerne kurz erklären, worum es heute geht, und dann können wir loslegen. Im Rahmen meiner Masterarbeit am Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaften der Universität Wien zum Thema Rollenverständnisse und Rollenkonflikte in der PR möchte ich etwas über die Ansichten ehemaliger Journalist:innen, die in die PR-Branche gewechselt haben, erfahren. Insbesondere geht es mir darum, mehr über die Gründe des Berufswechsels, über das berufliche Selbstverständnis beziehungsweise Rollenverständnis sowie über mögliche Rollenkonflikte in der neuen Position zu erfahren. Das Gespräch sollte rund eine Stunde dauern. Ihre Teilnahme ist freiwillig und das Gespräch wird vollständig anonymisiert. Sie müssen keine Fragen beantworten, die Sie nicht beantworten möchten. Um später ein akkurates Transkript zu erstellen, würde ich das Gespräch gerne aufzeichnen. Ich hoffe, das ist in Ordnung? Des Weiteren darf ich Sie auch bitten, aufgrund der Datenschutzgrundverordnung, das dazugehörige Formular zu unterzeichnen. Haben Sie noch Fragen, bevor wir beginnen?

-
- Fragen zu **FF1** „Welche Gründe sind für den Wechsel ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien in die PR-Branche verantwortlich?“
 - Und zu **FF1.1** „Welchen Einfluss haben die sinkenden Ressourcen österreichischer Medien auf den Wechsel von Journalist:innen in die PR-Branche?“

Sie arbeiten aktuell in der PR-Branche und waren zuvor im Journalismus tätig – Bitte erzählen Sie zu Beginn etwas über Ihren aktuellen Beruf beziehungsweise welche berufliche Tätigkeit Sie ausüben und welche Aufgaben Sie dabei erfüllen.

Nachfrage: Also arbeiten Sie als PR-Berater:in in einer PR-Agentur? (Frage stellen, falls dies nicht explizit zuvor erwähnt wurde.)

Mögliche Nachfrage: Gibt es hier bestimmte Themenbereiche, mit denen Sie sich beschäftigen?

Nachfrage: Also haben Sie zuvor als Journalist:in bei einem österreichischen Medium gearbeitet? (Frage stellen, falls dies nicht explizit zuvor erwähnt wurde.)

Mögliche Nachfrage: Gab es hier bestimmte Themenbereiche, mit denen Sie sich beschäftigt haben?

Wie lange ist dieser Berufswechsel her?

Wie lange haben Sie in Ihrem vorherigen Beruf (als Journalist:in) gearbeitet und wie lange sind Sie bereits in Ihrem jetzigen Beruf (als PR-Berater:in) tätig?

Was waren die Gründe für Ihren Berufswechsel? Warum haben Sie vom Journalismus in eine PR-Agentur gewechselt?

Wie sieht es mit anderen Gründen aus? Wie stehen Sie zu den folgenden Aspekten? (Jedes Stichwort sollte einzeln beantwortet werden, sofern nicht bereits abgehandelt.)

- **Ein ähnlicher Tätigkeitsbereich als Journalist:in und PR-Berater:in** (Viererbl & Koch, 2019, S. 9)
- **Freude beziehungsweise Interesse an der neuen Tätigkeit** (Viererbl & Koch, 2019, S. 9)
- **Frustration im Journalismus inkl. Begründung**
- **Allgemein sinkende Ressourcen österreichischer Medien**
- **Finanzielle Gründe** (Koch, 2012, S. 527) **beziehungsweise ein besseres Gehalt in der PR-Branche**
- **Eine gute und wachsende Auftragslage sowie eine größere Jobsicherheit in der PR-Branche** (Koch, 2012, S. 527)

Finden Sie Gefallen an Ihrer neuen Tätigkeit als PR-Berater:in? War der Berufswechsel die richtige Entscheidung?

Hatten Sie vor dem Berufswechsel die Befürchtung, dass Sie sich in der PR-Branche nicht zurechtfinden oder wohlfühlen könnten (aufgrund von Vorurteilen in der PR, Stichwort: „Wechsel auf die dunkle Seite“)?

Hat der Berufswechsel für Sie neue Möglichkeiten und Chancen gebracht? Wenn ja, welche?

Würden Sie den Berufswechsel in die PR-Branche auch ehemaligen Kolleg:innen aus dem Journalismus beziehungsweise anderen Journalist:innen empfehlen?

→ Fragen zu **FF2** „Über welches berufliche Selbstverständnis verfügen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind?“

→ Und zu **FF2.1** „Welchen Einfluss hat die berufliche Erfahrung sowie das Know-how ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in?“

Würden Sie sich selbst aktuell als PR-Berater:in oder als Journalist:in bezeichnen?

Nachfrage, wenn „PR-Berater:in“ genannt wird: **Seit wann sehen Sie sich selbst als PR-Berater:in beziehungsweise verfügen über dieses berufliche Selbstverständnis?**

Nachfrage, wenn „Journalist:in“ genannt wird: **Wieso würden Sie sagen, dass Sie sich selbst (nach wie vor) als Journalist:in sehen?**

Agieren Sie nach wie vor nach dem beruflichen Selbstverständnis von Journalist:innen?

Was wollten Sie erreichen mit Ihrer Tätigkeit als Journalist:in und was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Funktionen von Journalist:innen in der Gesellschaft?

Was wollen Sie mit Ihrer Tätigkeit als PR-Berater:in erreichen und was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Funktionen von PR-Berater:innen in der Gesellschaft?

Nachfrage: **Würden Sie also sagen, dass sich Ihre jetzige Sicht als PR-Berater:in von Ihrer vorherigen Sicht als Journalist:in unterscheidet?**

Mögliche Nachfrage: Welche Unterschiede gibt es da konkret?

Wie würden Sie die unterschiedlichen Tätigkeiten beschreiben? Was sind Ihrer Meinung nach die Anforderungen an beziehungsweise Aufgaben von Journalist:innen und was sind die Anforderungen an beziehungsweise Aufgaben von PR-Berater:innen?

Vergleichen Sie Ihre Funktion als Journalist:in mit Ihrer Funktion als PR-Berater:in – Sehen Sie Unterschiede in Bezug auf Ihre berufliche Rolle? Wenn ja, welche?

Mögliche Nachfrage: Wie wichtig ist Objektivität beziehungsweise objektive Berichterstattung im Journalismus und wie wichtig ist dies in der PR-Branche?

Würden Sie sagen, dass Ihre Erfahrungen aus dem Journalismus beziehungsweise Ihr erlerntes Know-how Einfluss auf Ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:in haben? (*Jedes Stichwort sollte folgend einzeln abgefragt beziehungsweise einzeln beantwortet werden.*)

- **Beim Verfassen von Presstexten?**
- **Beim Verfassen von Texten für Advertorials?**
- **Beim Platzieren von Artikeln beziehungsweise beim Verfassen dieser?**
- **Bei Gesprächen mit Journalist:innen?**
- **Beim Verhandeln von Inseraten beziehungsweise deren Preisen?**

Mögliche Nachfrage: Um auch hier ein konkretes Beispiel zu nennen: Wenn Sie als PR-Berater:in eine Presseaussendung textieren, würden Sie sagen, dass Ihnen Ihre Erfahrung und Ihr Know-how aus dem Journalismus beim Verfassen des Textes helfen?

Mögliche Nachfrage: Haben Sie auch als Journalist:in Presstexte von PR-Berater:innen bekommen? Wie sind Sie damit umgegangen und wie betrachten Sie diese im Nachhinein aus Ihrer jetzigen Sicht als PR-Berater:in?

Um ein konkretes Beispiel zu nennen: Stellen Sie sich vor, Sie verfassen als PR-Berater:in einen Text beziehungsweise einen Artikel für eine Artikelplatzierung in einem Medium. Nehmen Sie sich in dieser Situation selbst als Journalist:in oder als PR-Berater:in wahr? Hilft Ihnen Ihre Erfahrung im Journalismus in dieser Situation?

Mögliche Nachfrage: Um ein weiteres (fiktives) Beispiel zu nennen: Stellen Sie sich vor, ein:e Auftraggeber:in Ihrer PR-Agentur gibt als Unternehmen vor, nachhaltiger zu sein als es tatsächlich ist und möchte in der Öffentlichkeit auch so wahrgenommen werden – Stichwort Greenwashing. Wie gehen Sie als PR-Berater:in damit in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit um? Halten Sie die Information als PR-Berater:in zurück oder verwenden Sie diese als Journalist:in (*Viererbl & Koch, 2019, S. 10-11*)? (*Eventuell die Stichwörter Transparenz und Objektivität nennen.*)

Haben Sie das Gefühl beziehungsweise den Eindruck, dass Kolleg:innen aus der PR, die nie im Journalismus gearbeitet haben, anders agieren?

→ *Fragen zu FF3 „Nehmen ehemalige Journalist:innen österreichischer Medien, die jetzt als PR-Berater:innen tätig sind, Rollenkonflikte wahr? Wenn ja, welche, und wie gehen sie damit um?“*

→ Und zu **FF3.1** „Welchen Einfluss haben die möglichen Rollenkonflikte ehemaliger Journalist:innen österreichischer Medien auf ihre neue Tätigkeit als PR-Berater:innen?“

Vorab als Einleitung beziehungsweise Erklärung für Teil 3: In der Theorie nehmen Journalist:innen und PR-Berater:innen verschiedene Positionen in der Gesellschaft ein, mit denen unterschiedliche Erwartungen einhergehen und aus denen sich unterschiedliche Rollen ergeben. Wenn sich eben diese Verhaltenserwartungen widersprechen und nicht als konsistent wahrgenommen werden, können möglicherweise Rollenkonflikte entstehen (Koch, 2012, S. 521-522).

Würden Sie dem folgend sagen, dass Sie aufgrund Ihrer vorherigen Tätigkeit als Journalist:in jetzt als PR-Berater:in persönlich Rollenkonflikte wahrnehmen? Also die Verhaltenserwartungen an Ihre vorherige Position im Journalismus und an Ihre jetzige Position in der PR-Branche sich widersprechen?

Haben Sie das Gefühl beziehungsweise den Eindruck, dass Kolleg:innen beziehungsweise andere PR-Berater:innen, die aus dem Journalismus kommen, derartige Rollenkonflikte wahrnehmen?

Haben Sie das Gefühl beziehungsweise den Eindruck, dass Kolleg:innen aus der PR, die nie im Journalismus gearbeitet haben, anders agieren?

Je nachdem, wie zuvor geantwortet wird, eine der beiden oder auch beide Fragen stellen:

- Haben diese Rollenkonflikte Einfluss auf Ihre Tätigkeit als PR-Berater:in?
- Haben diese Rollenkonflikte Einfluss auf die Tätigkeit Ihrer Kolleginnen als PR-Berater:innen?

Betrachten wir nochmal unser erstes Beispiel von vorhin: Sie wollen als PR-Berater:in eine Story beziehungsweise einen Artikel in einem Medium platzieren, haben einen Text im Artikel-Stil verfasst und sind dafür in Kontakt mit einer beziehungsweise einem Journalist:in. Sie möchten, dass der von Ihnen verfasste Artikel – möglichst unverändert – veröffentlicht wird. Nehmen Sie in dieser Situation aufgrund Ihrer persönlichen Vergangenheit als Journalist:in Rollenkonflikte wahr? Haben Sie z.B. das Gefühl, Informationen zurückhalten zu müssen, die Sie als Journalist:in verwendet hätten (Viererbl & Koch, 2019, S. 10-11)?

Mögliche Nachfrage: Siehe unser zweites Beispiel von vorhin: Ein Unternehmen als Auftraggeber:in Ihrer PR-Agentur gibt vor, nachhaltiger zu sein als es tatsächlich ist und möchte in der Öffentlichkeit auch so wahrgenommen werden – Stichwort Greenwashing. Wie

gehen Sie als PR-Berater:in damit in der Kommunikation mit der Öffentlichkeit um? Haben Sie in dieser Situation das Gefühl, Informationen zurückhalten zu müssen, die Sie als Journalist:in verwendet hätten (Viererbl & Koch, 2019, S. 10-11)?

Folgende Fragen nur stellen, wenn auftretende Rollenkonflikte in den genannten Beispielen angesprochen werden: Würden Sie sagen, dass Ihr Unmut in dieser Situation Einfluss auf die geplanten Kommunikationsmaßnahmen und somit auf Ihre Tätigkeit als PR-Berater:in hat?

Mögliche Nachfrage: Macht es für Sie einen Unterschied, dass im Journalismus Ihr Name unter dem Artikel für die Leser:innen ersichtlich ist und unter PR-Texten meist nicht?

Folgende Fragen nur stellen, wenn auftretende Rollenkonflikte bei sich selbst oder bei Kolleg:innen angesprochen werden:

- **Wenden Sie Strategien an, um auftretenden Rollenkonflikten vorzubeugen oder entgegenzuwirken? Wie etwa die gezielte Selektion von Auftraggeber:innen nach Kriterien, mit denen Sie sich identifizieren können (Koch, 2012, S. 528-529)?**
- Wenden Ihre Kolleg:innen Strategien an, um auftretenden Rollenkonflikten vorzubeugen oder entgegenzuwirken? Wie etwa die gezielte Selektion von Auftraggeber:innen nach Kriterien, mit denen sich diese identifizieren können (Koch, 2012, S. 528-529)?

Frage zum Abschluss: **Möchten Sie in der PR-Branche bleiben oder ziehen Sie einen Berufswechsel zurück in den Journalismus in Erwägung? Bitte begründen Sie Ihre Antwort beziehungsweise Ihre Entscheidung.**

Wir sind nun am Ende der Befragung angelangt. Um allgemeine Trends feststellen zu können, brauche ich nun noch ein paar Informationen zu Ihnen persönlich. Wir behandeln diese Informationen streng vertraulich, und Ihre Aussagen sind anonym. Könnten Sie mir bitte kurz Angaben machen zu Ihrem:

- **Alter**
- **Geschlecht**
- **Höchster abgeschlossener Bildungsgrad**
- **Momentaner Beruf und Berufsbezeichnung**
- **Vorheriger Beruf und Berufsbezeichnung**
- **Dauer der Tätigkeit als Journalist:in und als PR-Berater:in**

Vielen herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben, mit mir zu sprechen.

V.2) Text für die Kontaktaufnahme mit den Expert:innen

Sehr geehrte Frau xxx, / Sehr geehrter Herr xxx,

mit dieser Anfrage möchte ich Sie um Ihre Unterstützung für meine Masterarbeit bitten.

Ich studiere Publizistik und Kommunikationswissenschaft an der Universität Wien und befinde mich in den Vorbereitungen zu meiner Masterarbeit. Diese beschäftigt sich mit dem Thema „Rollenverständnisse und Rollenkonflikte in der PR“.

Im Rahmen meiner qualitativen Untersuchung widme ich mich den Beweggründen, Rollenverständnissen und Rollenkonflikten von ehemaligen Journalist:innen in der PR-Branche. Hierbei möchte ich besonders auf Ihre Erfahrung im Journalismus- und im PR-Bereich eingehen und meine theoretischen Überlegungen durch Ihre praktischen Erfahrungen ergänzen.

Ich würde mich sehr freuen, wenn ich Sie als Interviewpartner:in und Expert:in gewinnen könnte und Sie Ihre Erfahrungen und Ihre Expertise mit mir teilen. Die Interviews würde ich gerne im November 2022 durchführen und sie sollen rund eine Stunde dauern. Je nach Ihrer Präferenz kann das Gespräch gerne telefonisch, virtuell oder persönlich stattfinden. Die Ergebnisse des Interviews werden von mir selbstverständlich anonymisiert verwendet.

Bei Interesse oder Fragen bzgl. Terminabsprache, Interviewleitfaden etc. können Sie mich gerne per E-Mail (xxx) oder telefonisch (xxx) kontaktieren.

Über eine positive Antwort würde ich mich sehr freuen und bedanke mich schon jetzt recht herzlich für Ihre Bemühungen.

Mit freundlichen Grüßen,

Nicole Kallischek

V.3) Kategorienschema

Kategorienschema der Hauptkategorie K1 inkl. der Subkategorien K1.1 bis K1.6

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K1	Tätigkeit		Kodiert werden alle Hinweise der Befragten zu ihren zuvor und aktuell ausgeübten Tätigkeiten.	
	K1.1	Aktuelle Tätigkeit	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf ihre aktuell ausgeübte Tätigkeit beziehen.	„Also ich bin aktuell als Account Director in einer PR-Agentur tätig in Wien“
	K1.2	Vorherige Tätigkeit	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf ihre zuvor ausgeübte Tätigkeit beziehen.	„Davor war ich insgesamt neun oder zehn Jahre bei der [Nennung Verlagsgruppe] und habe dort mehrere Jahre lang, ich glaube neun Jahre lang ungefähr, die Chefredaktion der [Nennung Medium] gemacht.“
	K1.3	Tätigkeitsdauer PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die ihre Tätigkeitsdauer in der PR betreffen.	„2012 habe ich, bin ich in die PR gewechselt. Da habe ich jetzt bei [Nennung PR-Agentur] angefangen und da bin ich jetzt schon seit mehr als zehn Jahren.“
	K1.4	Tätigkeitsdauer Journalismus	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die ihre Tätigkeitsdauer im Journalismus betreffen.	„Im Journalismus gute zwei Jahre, würde ich sagen.“
	K1.5	Tätigkeiten/ Themenbereich PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf ihre Tätigkeiten und Themenbereiche in der PR beziehen.	„Weil ich war ja Lifestyle Redakteurin und ich bin auch in dem Sinn Kommunikationsberaterin oder PR-Beraterin im Lifestyle Bereich oder bzw. für Lifestyle Marken.“
	K1.6	Tätigkeiten/ Themenbereiche/ Journalismus	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf ihre Tätigkeiten und Themenbereiche im Journalismus beziehen.	„Ich habe es vor kurz erzählt, ich hab vor allem ja auch die, also ich habe diese überregionale Berichterstattung gemacht und diese Sonder-Produkte.“

Kategorienschema der Hauptkategorie K2 inkl. der Subkategorien K2.1 bis K2.8

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K2	Gründe für den Berufswechsel		Kodiert werden alle Angaben der Befragten, die Gründe für einen Berufswechsel thematisieren – zustimmend und ablehnend.	
	K2.1	Ähnlicher Tätigkeitsbereich von Journalismus und PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf einen ähnlichen Tätigkeitsbereich von PR und Journalismus als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Ja, trifft schon zu, weil man natürlich die Fähigkeiten braucht, die ein Journalist hat, vielleicht auch in der PR-Branche braucht.“
	K2.2	Freude/Interesse an der PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf Freude und Interesse an der PR als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Ja, weil natürlich, wenn man sich jetzt für die PR entscheidet, muss man oder sollte man sich auch dafür interessieren, was denn so die Aufgabenfelder sind in der PR-Branche.“
	K2.3	Frustration im Journalismus	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf Frustration im Journalismus als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Nein, Frustration würde ich jetzt nicht so formulieren. Also frustriert war ich nicht in meinem Job. Ich war schon auch happy damit, weil es mich einfach auch inhaltlich erfüllt hat.“
	K2.4	Sinkende Ressourcen österreichischer Medien	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf sinkende Ressourcen Ö-Medien als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Ja, das war in Wahrheit der Grund, warum es dann nicht weitergegangen ist bei der alten Firma. Also ja.“
	K2.5	Finanzielle Gründe/Gehalt	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf finanzielle Gründe bzw. ein besseres Gehalt in der PR als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Absolut. Also es war für mich die Tatsache, dass ich monatlich Geld am Konto habe zu einem bestimmten Zeitpunkt war für mich ein vollkommen neues Erlebnis. Das kannte ich nicht, ja.“
	K2.6	Auftragslage/ Jobsicherheit	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf eine gute Auftragslage bzw. eine höhere Jobsicherheit in der PR als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Na also beim Wechsel wars ka Grund, aber ich würd dem Befund zustimmen. Also mir kommt schon vor, dass die PR ein wesentlich sicheres Standbein ist als Journalismus.“

K2.7	Weitere Angaben	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf weitere Angaben als Grund für den Berufswechsel beziehen.	„Also es war grundsätzlich, die Situation war schon, weil sich die Gelegenheit aufgetan hat. Also einfach Gelegenheit.“
K2.8	Wechsel zurück/ weg von der PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf einen Wechsel zurück bzw. weg von der PR beziehen.	„Also wenn man im Journalismus tätig ist und die Möglichkeit hat, vom Journalismus leben zu können oder durch den Journalismus leben zu können, dann ist für mich dann der Journalismus die erste Wahl.“

Kategorienschema der Hauptkategorie K3 inkl. der Subkategorien K3.1 bis K3.5

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K3	Rollenverständnis		Kodiert werden alle Hinweise, die das Rollenverständnis der Befragten thematisieren.	
	K3.1	Eigene (aktuelle) Rolle	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf xxx beziehen.	„Ja, nein, ganz eindeutig PR-Beraterin. Journalistin ist was komplett anderes.“
	K3.2	Dauer des Rollenwechsels	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf xxx beziehen.	„Hat schon etwas gedauert. Also natürlich in dieser Branche sich einerseits zurechtzufinden und vor allem ist für mich persönlich, was neu war, eine quasi (...) eine beratende Rolle einzunehmen.“
	K3.3	Berufliches Selbstverständnis	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf xxx beziehen.	„Ja, aber natürlich ist man dann mehr PR-Berater als Journalist, weil man einfach dem Kunden gegenüber verpflichtet ist.“
	K3.4	Befürchtungen vor dem Wechsel	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf xxx beziehen.	„Ja, total. Man kann es auch von der anderen Seite, also ich wusste wirklich nicht, auf was ich mich einlasse.“

K3.5	Vergleich Journalismus/PR	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf xxx beziehen.	„Anspruch an die PR ist halt wirklich immer im Sinne des Kunden zu arbeiten. Im Journalismus solltest du, wie gesagt, dich ja möglichst objektiv verhalten.“
------	---------------------------	---	--

Kategorienschema der Hauptkategorie K4 inkl. der Subkategorien K4.1 bis K4.5

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K4	Einfluss Erfahrung/ Know-how		Kodiert werden alle Hinweise der Befragten, die den Einfluss von Erfahrung bzw. Know-how thematisieren.	
K4.1	Allgemein Einfluss von Erfahrung/ Know-how		Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf die Erfahrung bzw. das Know-how von ehemaligen Journalist:innen in der PR beziehen.	„Mir kommt schon vor, dass mir dieses Gespür des Journalisten nachgesagt wird. Das merke ich schon, dass man dieses Gespür hat.“
K4.2	Beim Verfassen von Texten, Presstexten, Advertorials, etc.		Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf den Einfluss von Erfahrung auf das Verfassen von Texten/ Presstexten/etc. beziehen.	„Ja, natürlich, weil ich genau weiß, wie der Presstext aufbereitet werden muss, dass die Redakteurinnen ihn auch eins zu eins nehmen.“
K4.3	Bei Story-/Artikel-Platzierungen		Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf den Einfluss von Erfahrung auf das Platzieren von Storys/Artikeln beziehen.	„Wenn der Kunde mir ein Thema vorschlägt, weiß ich genau, ob das relevant für Medien wäre oder nicht. Und oftmals ist es auch so, dass ich dann so frage, okay, und was ist jetzt die Geschichte dahinter. Das heißt, ich bereite meistens die Geschichten so auf, dass ich gut die Geschichten platzieren kann in Medien.“
K4.4	Bei Gesprächen mit Journalist:innen/ Netzwerk		Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf den Einfluss von Erfahrung in Gesprächen mit Journalist:innen bzw. das aufgebaute Netzwerk beziehen.	„Ja, würde ich schon sagen, ja. Einfach weil der persönliche Kontakt da ist. Und dass ich die Erfahrung gemacht habe, auf der anderen Seite, dass es doch sehr wichtig ist, einfach Kontakt zu Journalisten zu pflegen und da auch immer nachzufragen, es nicht nur auszusenden und auch zu warten, dass etwas passiert, sondern wirklich so dahinter bleiben, ja.“
K4.5	Vergleich Nicht-Journalist:innen		Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf einen Erfahrungs-/Know-how-Vergleich mit Nicht-Journalist:innen beziehen.	„Dazu weiß ich zu wenig drüber, wie es andere machen. Also vorstellen kann ich's mir.“

Kategorienschema der Hauptkategorie K5 inkl. der Subkategorien K5.1 bis K5.4

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K5	Rollenkonflikte		Kodiert werden alle Hinweise der Befragten, die mögliche Rollenkonflikte thematisieren.	
	K5.1	Auftreten von Rollenkonflikten	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf das Auftreten von Rollenkonflikten beziehen.	„Ja, voll schwierig, sehr schwierig, ja doch. Also es gab schon Situationen, wo ich es ganz anders gemacht hätte oder gemacht habe. Und dann wurde das ganz umgeschrieben oder umgestellt und ich hatte aber das Gefühl, es wäre anders besser gewesen. Das war schon, also es war nicht leicht, so das zu akzeptieren.“
	K5.2	Überschneidung Kund:innen/ Berichterstattung	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf die Überschneidung von Kund:innen und journalistische Berichterstattung beziehen.	„Weil ich war ja Lifestyle Redakteurin und ich bin auch in dem Sinn Kommunikationsberaterin oder PR-Beraterin im Lifestyle Bereich oder bzw. für Lifestyle Marken. Von dem her gibt es viele Überschneidungen.“
	K5.3	Zurückhalten von Informationen	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf das Zurückhalten von Informationen von PR-Berater:innen in der Kommunikation mit Journalist:innen beziehen.	„Ja, eigentlich schon. [...] Es gab eben einen Kunden. Da ging es um (...) wirtschaftliche Veränderungen, die aber nicht so, wie soll ich sagen, die wollten sie einfach noch nicht kommunizieren. Und ein Journalist hat aber dann schon nachgefragt bei mir. Und ich habe einfach gemerkt, der hat halt wahrscheinlich gute Kontakte oder gut recherchiert. Wie auch immer. Und mir war klar, ich kann diese Information, weder bestätigen noch, nein. Ich durfte einfach gar nichts sagen. Das ist halt, das war einfach schwierig. Ich hatte eben meine Rolle da als PR-Beraterin erfüllt. Hätte er das aber, umgekehrt natürlich dann als Journalistin oder so, sicher verwendet.“
	K5.4	Einfluss auf Tätigkeit	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die den Einfluss von auftretenden Rollenkonflikten auf die ausgeübte Tätigkeit betreffen.	„Nicht, nicht direkt und sofort. Aber ich bin mir sicher, im Laufe der Jahre bin ich bissl, hab ich mich sicher angepasst an die PR. Wird man sich ein bisserl abgestumpfter und gleichgültiger, wird man sicher.“

Kategorienschema der Hauptkategorie K6 inkl. der Subkategorien K6.1 bis K6.4

Kürzel	Thematische Hauptkategorien		Kurze Definition	Beispiel aus dem Datenmaterial
K6	Strategien zur Vermeidung		Kodiert werden alle Hinweise der Befragten, die Strategien zur Vermeidung von Rollenkonflikten thematisieren.	
	K6.1	Selektion von Auftraggeber:innen	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich auf eine gezielte Selektion von Auftraggeber:innen als Strategie zur Vermeidung von Rollenkonflikten beziehen.	„Also da ist generell immer geschaut worden, dass jeder Projekte macht, die er selber vertreten kann, weil da macht man es ja besser. Also ich glaube, wenn genau der Klimaschützer, der sie dran stört, wird sich nicht die beste PR machen, wenn es einen anderen gibt, den es weniger stört.“
	K6.2	Identifikation/ Übereinstimmung von Werten	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die ihre Identifikation und Übereinstimmung von Werten mit den Auftraggeber:innen betreffen.	„Weil du musst es ja als PR-Berater dem Journalisten gegenüber auch argumentieren. Und da habe ich schon auch immer den Ansatz vertreten, (...) das gilt jetzt wieder generell eher, dass ich natürlich hinter dem Unternehmen stehen muss, hinter seinen Botschaften stehen muss.“
	K6.3	Eigener Name unter Texten	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die sich den eigenen Namen unter Texten als mögliche Strategie zur Vermeidung von Rollenkonflikten beziehen.	„Ja, durchaus. Ja. Also das ist dann wirklich so ein bisschen anonym, sage ich jetzt mal. Kann man wahrscheinlich doch besser damit leben, wenn man jetzt vielleicht nicht so dahintersteht, aber trotzdem für diesen Text verantwortlich ist, ja. Genau, ja.“
	K6.4	Verlassen der PR-Branche/ Wechsel zurück in den Journalismus	Kodiert werden alle Antworten der Befragten, die ihren Verbleib in der PR-Branche betreffen.	„Ich würde es nicht ausschließen. Ich glaube aber nicht ausschließlich. Und es kommt stark drauf an, welche Zeitung und welches Ressort es wären. Ich würde nicht mehr so wie es war zurückkehren. Aber wenn es etwas wäre, wo ich mir denk, ach ja, das wär schon mein Thema.“