
„Der Großteil der Kommunikation passiert zwischen Tür und Angel“

*Emanuel Van den Nest
im Gespräch mit*

Mag. Manuel Friedl

Wirtschaftsjournalist und
stellvertretender Chefredakteur
der Textilzeitung



Manuel Friedl arbeitet in Perchtoldsdorf, denn dort sitzt sein Arbeitgeber, die Textilzeitung. Das Gespräch mit dem **NEWSletter Berufsinformation** führt uns allerdings an einen anderen Ort, an die Mariahilfer Straße. Die Mariahilfer Straße ist ein zentraler Ort des Bekleidungshandels, mit dem sich Friedl in seiner Tätigkeit als Fachjournalist Tag für Tag befasst. Dabei übernimmt der 41-jährige besonders für kleine Geschäfte eine Beratungsfunktion, wenn er von internationalen Entwicklungen berichtet. Im Interview erzählt er über die informelle Kommunikation und flache Hierarchie in seiner Redaktion, die Bedeutung der Sozialisation in der Berufswahl und die der Allgemeinbildung im Berufseinstieg. Manuel Friedl hat keinen klassischen Ausbildungsweg eingeschlagen und sieht darin – gegenüber dem Fachhochschulstudium – sowohl Vor- als auch Nachteile.

NEWSletter-Redaktion: *Wie würden Sie Ihren Beruf bezeichnen?*

Manuel Friedl: Ich würde schon sagen, dass ich Journalist bin. Ich bin eben Fachjournalist und habe dadurch den großen Vorteil, mich in ein Thema wirklich einarbeiten zu können, zu einem Experten zu werden. Es ist aber nur in sehr wenigen Medien möglich, sich auf Politik, Recht oder Wissenschaft zu spezialisieren. In vielen Medien wird von einem verlangt, Universalist zu sein. Und gerade beim Einstieg kann es sein, dass du an dem einen Tag einen Bericht über eine Kulturveranstaltung schreibst, am nächsten Tag interviewst du irgend einen Prominenten und am dritten Tag schreibst etwas Naturwissenschaftliches. Und von nirgends hat man richtig eine Ahnung. Mitarbeiter werden zu Beginn oft hin und her jongliert, fangen in der Chronik an und warten darauf, einmal in das Ressort aufzusteigen, das sie eigentlich interessiert. Politik und Wirtschaft sind zum Beispiel relativ beliebt.



Trotzdem glaube ich, dass der Bereich des Fachjournalismus' unterschätzt wird. Der Kommunikations- und Fortbildungsbedarf wird immer größer und jede Branche braucht Fachinformationen, durch Newsletter, Printmedien oder Online-

Plattformen. Diese Informationskanäle werden von außen aber nicht so wahrgenommen, weil Fachmedien nicht zur freien Entnahme bei der U-Bahn liegen. Es gibt schon recht große Verlage, die Fachmedien herausbringen und damit Geld verdienen. Genau, wie war die Frage? (lacht)

NEWSletter-Redaktion: *Wie beschreiben Sie Ihrem Beruf?*

Manuel Friedl: Ich beschreibe mich als Fachjournalist für Bekleidungsindustrie und -handel mit einem Schwerpunkt auf den Handel. Die Zahl der Unternehmen die mit Kleidung handeln liegt bei ca. 4000, die Zahl der Industrieunternehmen ist bedeutend geringer, obwohl die Industrie in der Vergangenheit in Österreich wichtiger war. Ich bin seit 10 Jahren in dem Unternehmen Textilzeitung und schon vor 10 Jahren lag der Schwerpunkt der Zeitung auf dem Handel.

NEWSletter-Redaktion: *An wen richtet sich die Textilzeitung?*

Manuel Friedl: Zielgruppe eins ist sicher der österreichische Modehandel, Zielgruppe zwei ist ein unterschätztes Feld, nämlich der Großhandel. Im Großhandel betrifft das alle, die mit Vertrieb zu tun haben, auch mit Import aus Asien. Zielgruppe drei ist, würde ich sagen, die Bekleidungsindustrie. Randgebiete sind auch noch Sportartikel, Schuhe. Es gibt eine Leserschaft von ... Nein, Leserschaft ist vielleicht das falsche Wort. Wir haben eine Auflage von 10.000 Exemplaren, die an Abonnenten gehen, die großteils selbst dafür zahlen. Es gibt Firmen, die sie gratis beziehen und dort landet womöglich die eine oder andere Ausgabe im Papierkorb. Es gibt wohl auch Firmen, die die relevanten Artikel für ihre Mitarbeiter kopieren oder als Newsletter versenden. Daher ist es schwierig zu sagen, wie viele Leute tatsächlich unsere Zeitung lesen.

NEWSletter-Redaktion: *Was für Personen lesen dann die Zeitung?*

Manuel Friedl: Leser sind unserer Einschätzung nach vor allem Personen auf Geschäftsführebene oder eine Ebene darunter, also Entscheidungsträger, wie man heute so schön sagt.

NEWSletter-Redaktion: Lesen auch Privatpersonen die Zeitung?

Manuel Friedl: Privatpersonen lesen uns eigentlich nicht, die wissen im Allgemeinen gar nicht um unsere Existenz. Es sind schon eher Brancheninsider. Es gibt auch Personen, die die Zeitung in ihrer Pension lesen, weil sie den Anschluss an die Branche nicht verpassen wollen.



NEWSletter-Redaktion: Wie oft erscheint das Heft?

Manuel Friedl: Die Hauptpublikation, die hier liegt, erscheint 22-mal im Jahr, also ca. alle zwei Wochen. Wir geben auch noch Sonderhefte unter einem anderen Namen heraus, die jeweils nur zweimal im Jahr erscheinen. Eins davon richtet sich speziell an Kindermodenhändler, eins an den Premium- und Luxusmarkt und ein weiteres an den Jeans- und Denimmarkt.

NEWSletter-Redaktion: Die Textilzeitung ist Teil des Manstein-Verlags?

Manuel Friedl: Genau, wir gehören zum Manstein-Zeitschriftenverlag. Namensgeber Manstein hat ihn vor über 30 Jahren gegründet, mittlerweile ist der Verlag an eine große deutsche Verlags-

gruppe namens Deutscher Fachverlag verkauft worden. Die Textilzeitung gibt es schon seit 68 Jahren und sie ist eine von mehreren Zeitschriften. Bei uns im Foyer gibt es einen Zeitschriftenständer, da sind Magazine für Versicherungsmakler oder Schmuckhändler. Sie behandeln lauter Branchen, die nicht besonders groß scheinen. In Wirklichkeit verbirgt sich darin aber eine Leserschaft von mehreren Tausenden, die an Fachinformation Interesse haben, weil das ein Wissen ist, das man aus Tageszeitungen und aus dem Fernsehen nicht erhält. Dafür braucht man Leute, die sich gezielt damit beschäftigen.

„Wir bieten jenen Lesern einen Einblick, die nicht genügend Mitarbeiter haben, um dort regelmäßig jemanden ein bis zwei Tage hinzuschicken. Die wissen dann, was sich außerhalb ihres kleinen Ladens abspielt.“

NEWSletter-Redaktion: Werden Sie als Experte auch persönlich kontaktiert?

Manuel Friedl: Ja, ein großer Teil der Anfragen besteht darin zu fragen: „Was ist gerade am Markt los? Was muss ich wissen? Wie entwickeln sich die Umsätze? Was gibt es für neue tolle Firmen? Was gibt es für Unternehmen, die man sich vielleicht ansehen sollte?“ Etwa wenn in Wien gerade ein neues Geschäft aufgesperrt hat. Zum Teil beschäftigen wir uns auch mit internationalen Firmen, wenn wir die Zeit und die Möglichkeiten dafür besitzen. Aber es ist nicht so, dass wir immer in Tokio, Hongkong und New York sind. Im Ausland bin ich ca. einmal im Monat. Und ein großer Schwerpunkt unserer internationalen Arbeit liegt in Deutschland. Dort sehen wir uns Firmen an, nehmen an Kongressen teil und können so die große Welt ein bisschen nach Österreich holen. Wir befassen uns dabei mit Themen wie E-Commerce, Personal oder Logistik, also unterschiedlichen fachspezifischen Bereichen, in die wir jenen Lesern einen Einblick bieten, die nicht genügend Mitarbeiter haben, um dort regelmäßig jemanden ein bis zwei Tage hinzuschicken. Die wissen dann, was sich au-

ßerhalb ihres kleinen Ladens abspielt. Viele unserer Leser besitzen kleine Läden am Eck mit 100 Quadratmetern. Auch große Unternehmen lesen unsere Zeitung, aber die kleinen Geschäfte machen zahlenmäßig einen Großteil der Leserschaft aus, H&M gibt es schließlich nur einen. Boutiquen gibt es weiterhin sehr viele, auch wenn sie nicht so auffallen, zum Beispiel auf der Praterstraße oder auf der Reinprechtsdorfer Straße.



NEWSletter-Redaktion: *Wenn man in den Seitenstraßen der Mariahilfer Straße spaziert, bekommt man das Gefühl, als würden wir gerade ein Revival der kleinen Boutiquen erleben. Stimmt das?*

Manuel Friedl: Diesen Trend gibt es immer wieder, das verläuft in Zyklen. Und momentan ist der Zyklus nicht „Himmel-hoch-jauchzend“, aber man kann einen kleinen Trend durchaus unterschreiben. Es gibt viele liebe, kleine Boutiquen, die ihre Sachen selber herstellen. Das ist schon eine Szene, über die wir gerne berichten, weil da immer etwas Spannendes passiert.

„Das nette am Journalismus ist, dass es keine 08-15-Tage gibt. Jeder Tag ist ein bisschen anders, es gibt keine starren Bürozeiten, dass man in der Früh in die Arbeit kommt und am Nachmittag wieder heimgeht.“

NEWSletter-Redaktion: *Sie erfüllen damit ja fast eine Beratungsfunktion.*

Manuel Friedl: Ja, „Beratung-light“. wir kriegen von unseren Lesern das Feedback, dass wir eine wichtige Funktion erfüllen, so quasi: „Gäbe es uns nicht, würden wir eine Lücke hinterlassen.“

NEWSletter-Redaktion: *Kommen wir zu Ihrer Person. Wie sieht Ihr Arbeitsalltag aus?*

Manuel Friedl: Das nette am Journalismus ist, dass es keine 08-15-Tage gibt. Jeder Tag ist ein bisschen anders, es gibt keinen starren Bürozeiten, dass man in der Früh in die Arbeit kommt und am Abend wieder heimgeht. Das kommt schon auch vor, aber man kann sich die Zeit relativ frei einteilen. In einer fünf-Tage-Woche bin ich durchschnittlich drei Tage im Büro, habe zwischendurch vielleicht einen Termin in Wien. Am vierten Tag bin ich unterwegs in einem Bundesland und am fünften Tag bin ich zu Hause und arbeite von dort. Das ist dann ein konzentrierter Arbeitstag, an dem ich mir Materialien mit nach Hause nehme und in aller Ruhe schreiben kann. Da klingelt kein Telefon, da klopft keiner an der Tür und unterbricht mich in der Arbeit. Im Büro liegt der Schwerpunkt auf der Kommunikation. Wir sind ein Team von sieben, acht Leuten und unsere Arbeit lebt von der gegenseitigen Kommunikation, dass man die Kollegen immer up-to-date bringt. Wir haben eine Online-Redakteurin, die immer wissen muss, mit welchen Themen wir uns befassen. Wir halten auch unsere Anzeigenabteilung am Laufenden und informieren diese ebenso über neue und expandierende Firmen, die Interesse daran haben könnten, Anzeigen in unserer Zeitung zu schalten. Bei uns im Haus gibt es jede Menge Arbeitsgruppen. Ich bin stellvertretender Chefredakteur. Wir machen Führungskreis-Workshops, bei denen wir uns mit den anderen Zeitungen des Verlags beraten und uns gegenseitig berichten, woran wir gerade arbeiten. Wir tauschen unsere Erfahrungen aus und schauen uns an, wie sich die Zugriffe auf die Homepage entwickeln.



wir selbst fotografieren. Dann integrieren wir die Fotos so in den Text, dass er halbwegs lesbar ist. Wir suchen nach knackigen Überschriften und Vorspännern, versuchen die Textlängen ans Layout anzupassen. Während der Produktion ist die Anwesenheit aller Redaktionsmitglieder erforderlich.

„Auch wenn das in anderen Redaktionen üblich ist, wir gehen nur ganz selten mit dem Rotstift über die Texte.“

NEWSletter-Redaktion: *Welchen thematischen Schwerpunkt setzen Sie?*

Ich bin in der Wirtschaftsredaktion angesiedelt, ich lese Bilanzen und Geschäftsberichte, auch von größeren internationalen Firmen. Gestern ist zum Beispiel der Bericht von Sport-Eybl veröffentlicht worden. Die sind letztes Jahr an einen englischen Konzern verkauft worden, da gab es große Aufregung, weil das Eybl-Konzept aufgestampft und auf das englische Sports-direct-Konzept umgestellt wird. Es ist schwierig von diesem Konzern Informationen zu erhalten, der ist weltweit in 20 Ländern tätig und hat keinen besonderen Fokus auf Österreich. Wenn ich dort anrufe und sage: „Hallo, ich bin der Herr Friedl aus Österreich“, wirst du nicht so besonders wahrgenommen.

NEWSletter-Redaktion: *Ist diese Anekdote Off-the-Record?*

Manuel Friedl: Nein, nein. In solchen Fällen bin ich auf Informationen wie Jahres- und Quartalsberichte angewiesen, um etwas über das Unternehmen zu erfahren. Auch die Recherche und das Schreiben zählen zu meinen Tätigkeitsfeldern. Und natürlich die Produktion. In der Produktionszeit ist eine Grafikerin bei uns und dann stellen wir die Seiten zusammen, wählen Fotos aus und organisieren sie. Wir verwenden viele Fotos, die uns die Unternehmen zur Verfügung stellen, über die wir berichten. Wir benützen auch Bilder von Presseagenturen, ganz wenige lassen

NEWSletter-Redaktion: *Wie sehr beschäftigen sie sich als stellvertretender Chefredakteur mit redaktionellen Aufgaben, etwa damit, in Texte anderer einzugreifen?*

Manuel Friedl: Das machen wir kaum, auch die Chefredakteurin nicht. Da geht es meistens nur um Feinheiten. Wir sind keine großen Aufdeckungs- und Enthüllungsjournalisten. Uns droht kein Gerichtsverfahren, weil unsere Zeitung keine heiklen Informationen enthält. Ich bin seit zehn Jahren in der Redaktion, meine Chefin 13 Jahre, zwei andere Kolleginnen sind acht Jahre dabei. Wir besitzen alle sehr viel Erfahrung. Wenn jemand neuer kommen würde, müssten wir ihn sicher mehr anleiten und sagen in welche Richtung dieser und jener Artikel gehen soll. Auch wenn das in anderen Redaktionen üblich ist, wir gehen nur ganz selten mit dem Rotstift über die Texte.

NEWSletter-Redaktion: *Und wenn ein Artikel nicht den Vorstellungen der Redaktion entspricht?*

Manuel Friedl: Dann ist es vielleicht eh schon zu spät. Wir besprechen so etwas eigentlich immer im Vorfeld.

NEWSletter-Redaktion: *Gibt es regelmäßige Redaktionssitzungen?*

Manuel Friedl: Das passiert bei uns auch eher informell. Wir halten schon größere Sitzungen ab, in der wir Schwerpunkte setzen und Dienstreisen planen, die finden aber fast nur halbjährlich statt. Wenn zum Beispiel Modemessen stattfinden, müssen wir uns auch gezielt darauf vorbereiten. Der Großteil der Kommunikation passiert zwischen Tür und Angel.



NEWSletter-Redaktion: Sind Sie auch für die Endkorrektur verantwortlich?

Manuel Friedl: Nein, das übernimmt eine externe Lektorin. Bei uns im Verlag sind die meisten Redakteure angestellt, solche Dienstleistungen werden dann eher zugekauft. Die Lektorin brauchen wir ja nur alle zwei Wochen für ein bis zwei Tage. Das wäre für eine Anstellung nicht so geeignet, sie arbeitet auch für andere Redaktionen in unserem Verlag. Unsere Grafikerin ist genauso freiberuflich tätig.

NEWSletter-Redaktion: Wie sieht Ihr Ausbildungsweg aus?

Manuel Friedl: Ich habe die Handelsakademie und nachher die Universitätsstudien Soziologie und Politikwissenschaften absolviert. Das Berufsbild des Politikwissenschaftlers existiert nicht so richtig, und das des Soziologen auch nicht so wirklich (lacht). Rund um meinen Studienabschluss habe ich schon probiert den Arbeitsmarkt für Politikwissenschaftler und Soziologen abzutasten. Zu richtigen Vorstellungsgesprächen ist es aber gar nicht gekommen, ich habe nur ein, zwei informelle Vorgespräche an Marktforschungsinstituten geführt, aber das hat mich eh

nicht interessiert. Und dann habe ich mir gedacht: „OK, probiere ich das mit dem Journalismus“.

„Das ist der Unterschied zur Wissenschaft und das hat mich schon auf der Uni genervt. Ich habe mich schon damals bemüht alles verständlich zu machen, das hat den Professoren gar nicht so gefallen.“

NEWSletter-Redaktion: Und was genau haben Sie dann probiert?

Das Schreiben diente mir schon neben der Uni als Nebeneinkommen. Ich habe damals für eine PR-Agentur geschrieben, dieser Job hat sich über persönliche Kontakte ergeben. Dort erhielt ich das Feedback, dass meine Arbeit geschätzt wird. Ich bin dann auf ein Jobinserat der „Ganzen Woche“ gestoßen, die sich ja eher an schlichere Gemüter und Senioren richtet. Spannend hat der Job aber trotzdem geklungen, weil die Zeitung eine irrsinnig hohe Auflage hat. Die haben mich dann auch genommen, das war relativ unkompliziert. Dort war es so, an dem einen Tag habe ich über einen Heiratsschwindler geschrieben, am nächsten darüber wann die Birke blüht und dann ging es um die Salzburger Festspiele. Diese Tätigkeit hat eine gute Allgemeinbildung benötigt, die ich in dieser Tätigkeit sicher noch erweitert habe. Es hat mich aber frustriert, dass ich nie die Zeit hatte, mich mit einem Thema wirklich tiefgehend befassen zu können. Ich habe dort zweieinhalb Jahre gearbeitet, in denen ich sehr viel gelernt habe. Das war eine harte Schule mit viel Praxis.

NEWSletter-Redaktion: Was genau meinen Sie mit harter Schule?

Manuel Friedl: Man musste sehr flexibel sein. Es ist ja kein Geheimnis und außerdem ist der Herr schon verstorben. Zu meiner Zeit war Kurt Falk noch der Chef, jetzt ist das sein Sohn. Kurt Falk war ein berühmt-berüchtigter Medienunternehmer im Journalismus, er war ebenso Chef der

Tageszeitung „Täglich Alles“. Ich treffe immer wieder auf Leute, die unter Falk angefangen haben, weil er einen hohen Verschleiß an Mitarbeitern hatte. Ich war wahrscheinlich einer, der es am längsten unter ihm ausgehalten habe. Er galt als cholerisch und viele Leute konnten es ihm nicht Recht machen. Es sind damals viele Tränen geflossen. Mich aber hatte er ins Herz geschlossen und daher kann ich mich gar nicht beschweren.



NEWSletter-Redaktion: Sie wurden schon als Schulkind für Ihr Schreiben gelobt. Wurde damit der Weg zum Journalismus geebnet?

Manuel Friedl: Zumindest war es eine Bestätigung. Ich habe auch Klavier gespielt, aber da hatte ich nie den Eindruck, dass ich das besonders gut kann, weil mir das nie jemand gesagt hat. Beim Schreiben habe ich positives Feedback bekommen, dass ich das gut, schnell und auch verständlich gemacht habe. Gerade Verständlichkeit ist im Journalismus wichtig, wenn es um komplexe Themen geht. Man muss es der vermuteten Leserschicht – man weiß ja oft nicht, wie sich die zusammensetzt – verständlich machen. Das ist der Unterschied zur Wissenschaft und das hat mich schon auf der Uni genervt. Ich habe

mich schon damals bemüht alles verständlich zu machen, das hat den Professoren gar nicht so gefallen. Mir hat die hochgestochene Ausdrucksweise einfach widerstrebt. Ich hatte in der HAK einen guten Lehrer. Der hat mich darauf gedrillt, mich verständlich auszudrücken und kurz zu halten. Mir hat es nicht getaugt, dass das auf der Uni anders gesehen wurde.

„Wir machen keine Undercover-Reportagen, aber wir gehen mit offenen Augen und Ohren herum.“

NEWSletter-Redaktion: Wie lernt man das Schreiben?

Manuel Friedl: Es sind schon die Persönlichkeiten entscheidend, mit denen wir zu tun haben. Leute, die eine Leidenschaft haben und dich damit infizieren. Mathematik war nicht meine Stärke. Hätte ich einen Lehrer gehabt, der mir Mathematik begeistert vermittelt, wäre ich vielleicht Mathematiker geworden. Wir hatten zwei irrsinnig gute Deutschlehrer, die den Unterricht spannend gestaltet haben, obwohl das Schreiben in der HAK eher ein Randthema war. Wir haben damals Theaterstücke gespielt, mein bester Freund von damals ist später sogar Schauspieler geworden. Das ist für einen HAK-Abgänger sehr ungewöhnlich, unser Deutschlehrer hat ihm das schmackhaft gemacht. Die Intensität mit der wir uns damals mit der Literatur beschäftigt haben, war damals schon ungewöhnlich und wäre heute wohl ein Ding der Unmöglichkeit. Du musst für diese Begeisterung aber empfänglich sein, dir darf es nicht egal sein. In meinem Freundeskreis haben wir uns gegenseitig stimuliert und das war für meinen späteren Werdegang entscheidend. Auch die Familie hat mich darin geprägt. Zu Hause hatten wir Bücher, Tageszeitungen und Fachzeitschriften „noch und nöcher“. Käme ich aus einer Familie, die nicht gelesen hätte ...

NEWSletter-Redaktion: Die Sozialisation war also entscheidend.

Manuel Friedl: Sicher, gelesen habe ich immer. Zeitungen habe ich früh als sexy empfunden. Als wir das Profil abonniert haben, habe ich mir gedacht: „Für so eine Zeitung zu arbeiten wäre schon cool: Darin sind tolle Fotos, spannende Geschichten enthalten und Interviews mit faszinierenden Leuten. Auf diesem Niveau bin ich jetzt vielleicht nicht. Für mein Gefühl habe ich aber schon mit vielfältigen und interessanten Leuten zu tun. Ich rede nicht nur mit Menschen aus der Modewelt, wir haben auch mit Wirtschaftstreibenden zu tun, die uns zum Beispiel einen Einblick in die Immobilienwirtschaft von Einkaufszentren geben. Ich interviewe zwar keine Bundeskanzler, die erzählen aber sowieso selten etwas Neues.



NEWSletter-Redaktion: Sie interviewen also viel. Schreiben Sie auch Reportagen und längere Texte?

Manuel Friedl: Ja, schon. Ich fahre dann zum Beispiel für ein bis zwei Tage nach Innsbruck, sehe mir an, was sich in den letzten Jahren in der Branche verändert hat, schieße Fotos, sammle Zahlenmaterial, etwa zur Entwicklung des Tourismus und Nächtigungen, die für den Handel bedeutend sind. Ich rede mit Chefs von Einkaufszentren, Vertretern einer Stadtmarketingorganisation und mit Passanten. Wir machen keine

Undercover-Reportagen, aber wir gehen mit offenen Augen und Ohren herum. Der Umbau der Mariahilfer Straße ist bei uns auch ein Thema, im Zuge dessen haben wir Kunden und Wirtschaftstreibende befragt, wie das bei ihnen ankommt.

NEWSletter-Redaktion: Welche Ausbildung würden Sie einer Person raten, die im Journalismus tätig sein möchte?

Manuel Friedl: Im Journalismus hat sich seit der Gründung der Fachhochschulen (FH) in den letzten zwei Jahrzehnten ausbildungsmäßig viel getan. Den Ausbildungsweg für Journalisten auf der FH hat es bei mir noch nicht gegeben. Zu meiner Zeit gab es nur das Universitätsstudium Publizistik. Viele Leute sagen, dass Publizistik keine wirkliche Ausbildung für Journalisten sei, sondern „nur“ die Wissenschaft des Journalismus und der Kommunikation. Den klaren vorgezeichneten Weg gab es also damals nicht. Die Leute aus meiner Generation sind aus den unterschiedlichsten Fachrichtungen gekommen. Meine Chefin ist zum Beispiel Politikwissenschaftlerin, zwei meiner Kolleginnen sind Germanistinnen. Im Journalismus arbeiten viele Juristen und Abgänger der Wirtschaftsuniversität. Heute kommen viele von den Fachhochschulen. Beide Wege haben ihre Vor- und Nachteile. Auf der FH kannst du dich mit unterschiedlichen Textsorten oder der Interviewführung befassen oder auch damit, wie du eine Homepage professionell auf die Beine stellst. Aber das Schreiben selbst, das Recherchieren, die Art und Weise, wie du auf Leute zugehst, die Offenheit für Themen, kannst du in einem dreijährigen Studium nicht sinnvoll lernen.

„Wenn du Sportreporter werden möchtest, musst du ein Sportnarr sein und warst lieber auf möglichst vielen Fußballmatches, als dass du alle Konjunktive aufzählen kannst.“

NEWSletter-Redaktion: Wie ist die Lage am Arbeitsmarkt?

Die FH ist ein zweischneidiges Schwert. Es werden viel zu viele Leute für den Markt ausgebildet. Ich bin zwar weiterhin der Meinung, dass es für Journalisten viele Arbeitsplätze gibt. Als ich ein Kind war, gab es weit weniger Medien als heute. Es gibt auch mindestens so viele Medien wie vor zehn Jahren, nur haben die meisten davon heute weniger Mitarbeiter. Die Zahl der Arbeitsplätze pro Redaktion ist in den letzten Jahren sicher zurückgegangen. Als ich mich für die Textilzeitung beworben habe, gab es nur wenige Interessenten für die Stelle. Ich war damals nur einer von drei oder vier Personen, heute würden sich vermutlich mehr bewerben. Mit dem Fachhochschulabschluss bist du außerdem weniger flexibel auf dem Arbeitsmarkt, als ich es zum Beispiel damals war. Ich hätte es auch in einem anderen Bereich probieren können. Es sind dafür aber neue Arbeitsplätze entstanden, im privaten Fernsehen oder durch die Online-Plattformen. Es ist natürlich auch die Frage, wieviel Geld du mit deiner Arbeit verdienen kannst. Der Onlinejournalismus ist zum Teil noch immer prekär, auch im privaten Fernsehen läuft viel über Selbstausbeutung und Praktika. Viele Menschen, die im Journalismus nicht Fuß fassen, landen in den PR-Bereichen von Unternehmen. Da gibt es wohl mehr zu verdienen und der Einstieg fällt vermutlich auch leichter. Dafür gibt es aber auch spezielle Ausbildungen, PR-Akademien beispielsweise.



NEWSletter-Redaktion: *Ist es Zufall, dass so viele Menschen in ihrer Redaktion Fächer studiert haben, die einen Blick auf das Gesamtbild richten?*

Manuel Friedl: Ich glaube das war früher die Regel. Ich kenne auch Journalisten, die Medizin studiert haben. Früher gab es wirklich alles. Bei meinem Berufseinstieg in der „Ganzen Woche“ hat Allgemeinbildung eine wichtige Rolle gespielt. Dieses Wissen wird dir eher in solchen Fächern vermittelt, als in einem FH-Studium. In der Politikwissenschaft hatten wir Geschichte, Philosophie, Recht, Statistik, auch unser internationaler Horizont wurde da erweitert. Ich denke, das war eine gute Basis und wäre es heute nach wie vor.

NEWSletter-Redaktion: *Das heißt, sie können keine eindeutige Empfehlung abgeben?*

Manuel Friedl: Wenn du im Wissenschaftsressort arbeitest, ist es wichtiger im Fach gut zu sein, als das Wissen über Textsorten. Da nutzt dir die FH nicht viel. Wenn du Sportreporter werden möchtest, musst du ein Sportnarr sein und lieber möglichst viele Fußballmatches besuchen, als in der Lage sein, alle Konjunktive aufzählen zu können.

„Es heißt ja immer, die Zeitungen sterben aus. Das wird natürlich nicht passieren. Die Menschen werden immer etwas in gedruckter Form lesen wollen.“

NEWSletter-Redaktion: *Welche persönlichen Qualifikationen sollte man als Journalist besitzen?*

Manuel Friedl: Man braucht eine Kommunikationsgabe, eine Offenheit und einen Eigenantrieb. Man muss sich auf sein Gegenüber einstellen können und neugierig sein. Ich habe noch nicht in vielen Unternehmen gearbeitet, aber ich musste mir meistens meine Themen selbst suchen, du kannst nicht auf deinem Schreibtisch sitzen und auf die Arbeit warten. Wenn an einem Tag nichts los ist, sitze ich auch nicht da und surfe im Internet, sondern sehe mich um, ob in der Stadt neue Geschäfte eröffnet haben oder – und das mache ich nicht so gerne – ich fahre in die Shopping City und sehe mir an, welche Sackerln die Kunden

herumtragen, welche Geschäfte voll sind, welche weniger und warum. Das wichtigste ist, immer die Antennen auszufahren. Man benötigt auch eine gesunde Skepsis. Glaube nicht alles, was dir gesagt wird und traue nicht jeder Statistik, die dir vorgelegt wird. (lacht) Dieser kritische Blick, um solche Dinge nachzuprüfen, kommt im Journalismus sicher zu kurz. Kann sein, dass man gerade das auf der Fachhochschule lernt.



NEWSletter-Redaktion: Das Interesse für das Thema Modewirtschaft – war das schon immer vorhanden oder ist das durch den Beruf entstanden?

Manuel Friedl: Immer wahrscheinlich nicht, aber durch die HAK-Ausbildung habe ich begonnen, mich für Wirtschaft zu interessieren. An der Mode ist das Nette, dass es immer darum geht, die Menschen schöner zu machen. Ich schreibe lieber darüber als über Verkehrsunfälle und Vergewaltigungen. Auch in der Mode kann man einiges kritisieren, es gehört natürlich schon zu meinem Job, über Arbeitsbedingungen in Bangladesch zu schreiben. Aber auch das tue ich gerne, weil ich dadurch Menschen für das Thema sensibilisiere, die mehr oder weniger die Macht besitzen, die Zustände zu verändern. Nicht, dass ich bisher irgendetwas verändert hätte, aber ein aufklärerischer Anspruch – so hochgestochen das jetzt klingen mag – gehört schon dazu. Und ich versuche auch politische Trends in der Textilwirtschaft wie Nachhaltigkeit und den Handel von Bio-baumwolle zu pushen.

NEWSletter-Redaktion: Wie werden sich Ihre Arbeit und die Branche in der Zukunft entwickeln?

Manuel Friedl: Die Überraschung ist, dass ich schon seit zehn Jahren für die Textilzeitung arbeite. Ich hätte nie gedacht, dass das so lange spannend bleiben würde. Das spricht sicher für die Firma. Es ist aber auch nicht so, dass jeden Tag jemand anruft und fragt, ob ich für ihn arbeiten will, weil er mir mehr zahlt. Aus eigenem Antrieb heraus habe ich keinen Grund das Unternehmen zu verlassen. Ich finde die Arbeit weiterhin interessant und lerne dazu, die Branche ist sehr dynamisch. Einerseits das Fachliche: Die Mode und ihre Rahmenbedingungen ändern sich fortlaufend, es entstehen neue Konzepte, neue Unternehmen und neue technische Möglichkeiten. Und andererseits ist auch die Medienlandschaft von permanenter Innovation geprägt. Du musst ständig am Produkt arbeiten und das Layout verbessern. Seit ein paar Monaten haben wir eine neue Homepage und müssen uns überlegen wie wir sie für iPads anpassen. Ich habe diese Zeitung sehr lieb gewonnen und Interesse daran, sie am Leben zu erhalten. Es heißt ja immer, die Zeitungen sterben aus. Das wird natürlich nicht passieren. Die Menschen werden immer etwas in gedruckter Form lesen wollen. Sie wollen nicht immer nur den Bildschirm überfliegen, sondern etwas in der Hand halten, vielleicht Seiten herausreißen und auf die Pinnwand hängen oder an Mitarbeiter verteilen.

NEWSletter-Redaktion: Was möchten Sie den Leser/innen abschließend auf den Weg geben?

Manuel Friedl: Ich habe einen total netten Job, ich kann mir nicht besseres vorstellen. Ich kann den Fachjournalismus sicher jedem empfehlen, der ein großes Interesse an einem Thema hat, der eine Kompetenz hat, die er mit anderen teilen möchte und gerne im Team arbeitet.

Wir danken für das Gespräch!