



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Volkswirtschaftsdepartement
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO



HERAUSGEBER

FAU – Fokus Arbeit Umfeld
in Zusammenarbeit mit dem
Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

CHEFREDAKTOR UND PROGRAMM- VERANTWÖRTLICHER PVB

«DER ARBEITSMARKT»
Robert Hansen (rh, T: 044 295 11 25)
Kernstrasse 57, 8004 Zürich

KONTAKT

E-Mail Personen:
initialen@derarbeitsmarkt.ch
www.derarbeitsmarkt.ch

REDAKTION

Daniela Palumbo, Print
(dp, T: 044 295 11 23)
Carmen Püntener, Print
(cp, T: 044 295 11 20)
Simone Gloor, Bildredaktion
(sg, T: 044 295 11 24)
Christian Keller, Online
(ck, T: 044 295 11 22)

GRAFIK

Anja Schulze
(as, T: 044 295 11 39)

CARTOON

Christine Ruf
www.rufcartoons.com
christine@rufcartoons.com

KORREKTORAT

Franz Scherer

MITARBEITERINNEN UND MITARBEITER

Angela Alliegro (aa), Natascha Gerisch
(ng), Bettina Gugger (bg), Christopher
Moser (cm), Johnny Nemer (jn), Regula
Pfeifer (rp), Ramona Riedener (rri),
Marion Ronca (mr), Marga Schutten-
helm (msc), Petra Zillig (pz)

DRUCK

Stutz Druck AG
Einsiedlerstrasse 29
8820 Wädenswil

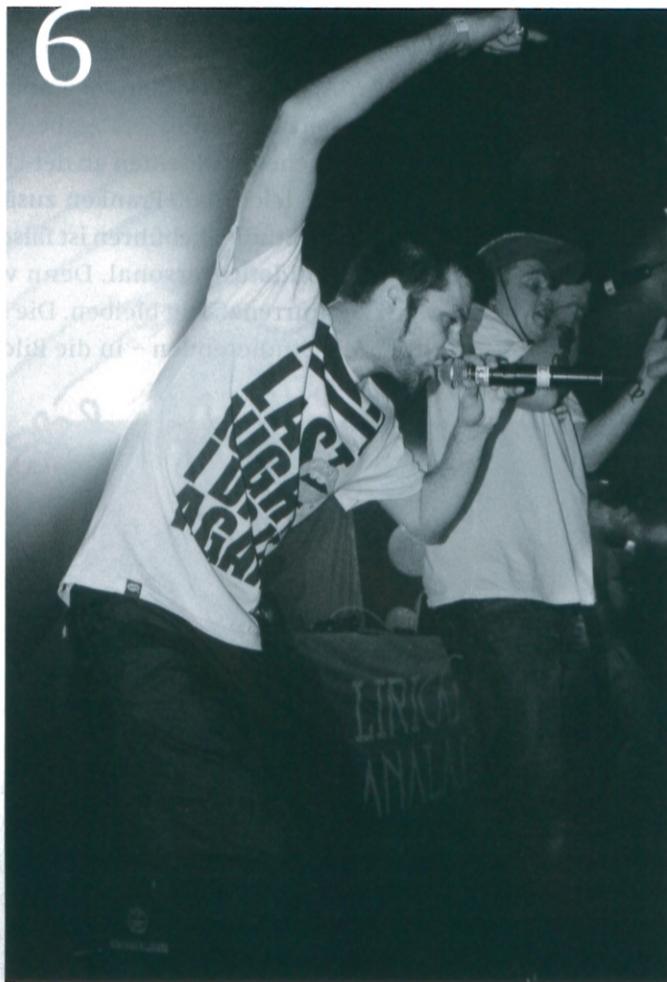
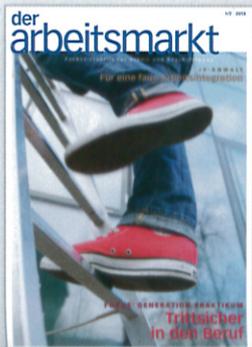
ABOSERVICE

abo@derarbeitsmarkt.ch oder
T: 044 783 99 11

«der arbeitsmarkt» erscheint
10 x jährlich auf Deutsch und
Französisch. Abo: Fr. 98.–/Jahr

TITELBILD

Simone Gloor



Arbeitswelt

6 Sprachakrobatik

Die Rap-Gruppe Liricas Anas singt auf Rätoromanisch. Ihr Erfolg in der Deutschschweiz zeigt, dass Musik keine Sprache braucht, um Emotionen zu wecken. Für den richtig grossen Erfolg sind aber noch andere Kriterien ausschlaggebend.

10 Mein Tag

Verena Keller kennt sich mit Säuglingen und Kleinkindern bestens aus. Die frühere Kinderkrankenschwester und Mutter erwachsener Söhne arbeitet als Mütter- und Väterberaterin im Zürcher Kreis 9.

F O K U S

12 Das Sprungbrett

14 Die Berufserfahrung

Praktikum ist nicht gleich Praktikum. Einen Geisteswissenschaftler erwarten andere Bedingungen als einen Studenten der Sozialarbeit. Unabhängig von der Branche sollte das Lernen im Zentrum stehen.

18 Die Praktikums- schleufe

Nach ihrem Studium sucht eine junge Kunsthistorikerin den Einstieg in die Erwerbstätigkeit mit einem Praktikum, obschon sie bereits über Berufserfahrung verfügt. In ihrem Berufsfeld ist das die Regel.

21 Die Gratisarbeit

Eine gut ausgebildete Universitätsabsolventin macht ein unbezahltes Praktikum in einer Nichtregierungsorganisation. Gebracht hat es nicht viel. Ein Selbstbericht.

22 Der Karriereplaner

An den Universitäten liegt die Berufsorientierung zwar in der Verantwortung der Studierenden. Die Career Services der Universität Zürich helfen ihnen jedoch, ihr Wissen in die Praxis zu übertragen. Praktika sind dabei eine Möglichkeit.

26 Das Berufspraktikum

Ein Publizistikabsolvent erhält für sein Praktikum auf einer Online-Sportredaktion Taggelder. Das RAV ermöglicht über ein sogenanntes Berufspraktikum Studien- und Lehrgangsgängern, aber auch Stellensuchenden mit Berufserfahrung den Berufseinstieg.

Die Bündner Gruppe Liricas Anals bringt in der Churer Tanzbar «Selig» ihr Publikum zum Kochen.



MUSIKLANDSCHAFT SCHWEIZ

Emotionen brauchen keine Sprache

Musik muss vor allem Gefühle wecken. Dass die Sprache der Texte dabei keine grosse Rolle spielt, beweist die Rap-Gruppe Liricas Anals, die auf Rätoromanisch singt. Für den Musikexperten Jeffrey Baumann braucht es für den Erfolg zudem Knochenarbeit und klare Botschaften.

Text und Fotos **Angela Allegro**

Der Name «Liricas Anals» bedeutet Analtraktlyrik. Gemeint ist explizite Lyrik in rätoromanischer Sprache, frei von jeder moralischen Einschränkung», sagt Johannes Just, Master of Ceremony der Bündner Rap-Gruppe. Masters of Ceremony – so bezeichnet die Rap-Szene ihre Sänger – hat Liricas Anals drei. Das vierte Bandmitglied ist DJ. «Wir wollen provozieren und haben bewusst schon im Bandnamen ein «dreckiges» Wort. «Anal» steckt aber auch in den Namen unserer vier Alben: «Analogia», «AnalFaBad», «Analetrica» und «Analium», sagt Just.

Zweideutigkeit und Direktheit sind ein roter Faden im Konzept der Liricas Anals. Die Bündner Rapper nehmen an Livekonzerten kein Blatt vor den Mund. Das heimische Publikum in Graubünden war schockiert und fühlte sich ein wenig vor den Kopf gestossen. «Wir haben unter anderem die Zustände in der Kultur und in der Bildung kritisiert. Mittlerweile ist das Spektrum breiter geworden», sagt Johannes Just.

Da die Musikgruppe auf Rätoromanisch rappt, verstehen in der Deutschschweiz nur wenige Leute ihre Texte. Trotzdem finden sie im deutschsprachigen Landesteil grosse Anerkennung. «Wir haben Erfolg, weil Liricas Anals ein Gesamtpaket



David Goetschel ist DJ der Liricas Analas.



Johannes Just (vorne) und Renzo Hendry schenken das Ohr mit rätoromanischen Reimen.

bietet», sagt Johannes Just. «Wir sind ein Partygarant, eine Liveband, die vor Freude und Authentizität sprüht. Egal, ob viel oder wenig Publikum anwesend ist, die Party gelingt in jedem Fall.» Rätoromanischer Rap ist Liricas Analas. Was die Gruppe auf der Bühne praktiziert, ist unverwechselbar.

Die Sprache der Texte ist zweitrangig

Im Rätoromanischen sieht auch Jeffrey Baumann, als langjähriger Konzerttourorganisator und Tourmanager bei Sony ein Kenner des Musikgeschäfts, das unverkennbare Merkmal der Gruppe. «Die rätoromanische Sprache macht die Band einzigartig. Sie ist ihr USP, ihr Unique Selling Proposition. Sie macht Liricas Analas speziell.» Die Tatsache, dass die Gruppe in einer Landessprache singe, die von einer Minderheit gesprochen wird, habe der Gruppe von Anfang an eine besondere Aufmerksamkeit eingebracht, sagt Baumann. «Sie genoss von Beginn weg eine mediale Aufmerksamkeit, die eine andere Band in ihrer Situation nicht gehabt hätte.»

Auch der Erfolg des Westschweizer Musikers Stress beweist, dass Musik über der Sprache steht. «Die meisten Leute in der Deutschschweiz verstehen die französischen Texte

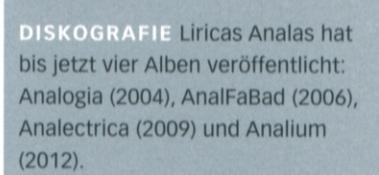
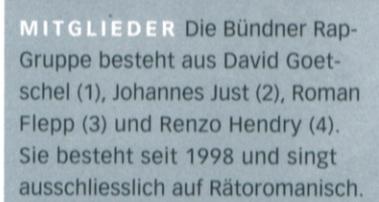
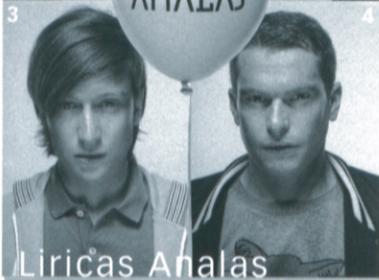
nicht. Trotzdem ist Stress in der deutschen Schweiz erfolgreicher als in der Romandie», sagt Jeffrey Baumann, selbst Musiker einer Hip-Hop-Band, die in Dialekt singt. Dass die Leute die Texte von Stress nicht verstehen, sei sogar ein Vorteil. Das Publikum gehe unbeschwerter an ein Konzert und spüre die Energie des Musikers intensiver. «Für den Erfolg ist die Sprache sekundär. Sie ist aus marktwirtschaftlicher Sicht irrelevant. Mit Musik möchten die Musiker Emotionen ausdrücken», sagt Baumann.

Dass die Sprache in der Musik eine untergeordnete Rolle spielt, sieht auch Johannes Just so. «Beim Rap ist die Sprache noch unwichtiger als bei einem anderen Genre. Die Leute verstehen die Worte beim Rappen nie ganz. Da ist das Singen

«Wir haben Erfolg, weil Liricas Analas ein Gesamtpaket bietet.»

Johannes Just, Master of Ceremony bei Liricas Analas





Liricas Analias

MITGLIEDER Die Bündner Rap-Gruppe besteht aus David Goetschel (1), Johannes Just (2), Roman Flepp (3) und Renzo Hendry (4). Sie besteht seit 1998 und singt ausschliesslich auf Rätoromanisch.

DISKOGRAPHIE Liricas Analias hat bis jetzt vier Alben veröffentlicht: Analogia (2004), AnalFaBad (2006), Analectrica (2009) und Analium (2012).

WEBSITE www.liricas.ch

HÖRPROBE Ein Ohr voll Liricas Analias finden Sie auf www.derarbeitsmarkt.ch/multimedia

eher ein rhythmisches Element. Zudem steht bei Konzerten vor allem die Stimmung im Vordergrund und nicht die Sprache.» Die Rap-Szene sei mit Partystimmung und kiffenden Jugendlichen verbunden. «Falls jemand die Botschaft versteht, umso schöner. Aber in erster Linie möchten wir als Musiker unsere Bedürfnisse und Wünsche ausdrücken.»

Darin sind sich Musiker Johannes Just und Musikexperte Jeffrey Baumann einig: Bis zu einem gewissen Punkt ist die Sprache zweitrangig. Wenn man auf internationaler Bühne Erfolg haben möchte, komme es trotzdem auf die Sprache an, so Baumann. «Eine Band, die auf Schweizerdeutsch singt, hat es schwer, international erfolgreich zu sein. Da hat es eine Musikgruppe, die von Anfang an auf Italienisch, Französisch oder gar Englisch singt, einfacher. Schweizerdeutsche Lieder kommen kaum über den Deutschschweizer Markt hinaus.» Wenn eine Band in der obersten Liga mitspielen möchte, müsse sie mit ihrer Musik nicht nur Emotionen wecken, sondern auch in einer Sprache singen, die das Publikum versteht. Damit

sich die Fans mit der Gruppe identifizieren können, müssten sie die Texte verstehen.

Auch für Liricas Analias ist die Botschaft wichtig. So haben sie sich bei der Entwicklung ihres letzten Albums, «Analium» (2012), verstärkt auf die Texte konzentriert. «Wir haben lang überlegt, was wir sagen wollen, und haben viel geschrieben, viel verworfen und wieder neu zusammengesetzt. Die Auseinandersetzung mit den eigenen Texten und den Inhalten der anderen war sehr intensiv», sagt Johannes Just. Dass die Texte wichtig sind für den Erfolg einer Musikgruppe, bestätigt Jeffrey Baumann. «Liricas Analias schreiben Liedtexte, die neue Fans generieren. Junge Leute können sich mit diesen Texten identifizieren.» Damit interessierte Fans in der Deutschschweiz nicht leer ausgehen, haben die Bündner Rapper ihre Songtexte in deutscher Übersetzung auf der Homepage bereitgestellt.

Nur wenige können von der Musik leben

Trotz des Erfolgs der Gruppe kann nur ein Mitglied, David Goetschel, von der Musik leben: Er ist Profi-DJ. Die anderen müssen einem Broterwerb nachgehen. Dass sie trotz beruflichem Vollpensum Musik auf hohem Niveau machen können, verdanken sie der grossen Entourage, die sie unterstützt und die Band vermarktet. Bezahlt werden diese Personen von den Einnahmen aus dem CD-Verkauf und von den Anteilen der Gagen und des Merchandisings.

Im Musikbusiness spielen drei Einnahmebereiche eine Rolle: Erlöse aus dem Verkauf von Tonträgern und Songs, Konzerteinnahmen und Entschädigungen der Suisa, der Organisation, die die Urheberrechte im Musikbereich wahr. Doch die wenigsten Musiker können in der Schweiz von der Kunst leben; die meisten betreiben Musik als Hobby. «Als Musiker muss ich mich fragen, was bei einer grösseren Masse

am besten ankommt», sagt Jeffrey Baumann. «Erfolgreiche Musikgruppen thematisieren in ihren Liedern die eigenen Bedürfnisse und Emotionen. Es kann sein, dass plötzlich sehr viele Leute auf ein Lied ansprechen und sich entschliessen, das Stück zu kaufen. Das ist aber nicht komplett steuerbar.»

Neben der Musik, die Emotionen zu wecken vermag, und Botschaften, die das Publikum versteht, spielen noch andere Komponenten eine wichtige Rolle für den Erfolg. «Der Schweizer Musiker Stress hat ein eigenes Image kreiert. Da ist das Merkmal des Bad Boys, der Glamoureffekt, weil er Melanie Winiger geheiratet hat, und die Tatsache, dass er unzählige Livekonzerte gegeben hat», zählt Jeffrey Baumann auf. «All dies gehört zu seiner Persönlichkeit, die er bewusst während Jahren geschaffen hat. Stress hat eine Ausstattung seines Ichs konstruiert.» Zudem habe er Knochenarbeit geleistet: Stress sei seit Jahren im Musikgeschäft. «Er war elf Jahre lang Mitglied der erfolgreichen Hip-Hop-Gruppe Double Pact. Er ist länger im Musikbusiness, als viele meinen. Bligg ist seit über 15 Jahren dabei, und auch Seven ist schon über 10 Jahre im Geschäft. Diese Beispiele zeigen, dass Erfolg auch mit Knochenarbeit zu tun hat», sagt der Musikexperte.

Die sozialen Medien verändern den Musikmarkt

Nach Jeffrey Baumann ist es in den letzten Jahren noch schwieriger geworden, mit Musik erfolgreich zu sein. Zwar sei der Marktzugang einfacher geworden. «Früher musste man ein teures Musikstudio mieten, um eine CD einzuspielen. Heute verfügt praktisch jedes Handy über Aufnahme- und Schnittprogramme, mit denen Musik produziert werden kann», sagt Baumann. Das bedeute, dass jedermann Zugang zum Instrumentarium der Musikwelt habe. Zudem hätten das Internet und die sozialen Medien den Markt stark verändert. Die Konkurrenz sei dadurch stark gewachsen. Parallel dazu sei aber die Musik vielfältiger und interessanter geworden. «Die Musikstile haben sich vermischt. Zu den klassischen Klängen kann man mit der heutigen Technologie Geräusche,

«Schweizerdeutsche Lieder kommen kaum über den Deutschschweizer Markt hinaus.»

Jeffrey Baumann, Musikexperte



verschiedene Genres und Gespräche aufnehmen, die früher mühsam zusammengemischt werden mussten. Mit den neuen Möglichkeiten haben sich die Ideen ebenso vervielfältigt», stellt der Musikmanager fest. Trotz der Einfachheit der Mittel sei der Erfolg nicht leichter zu erreichen.

«Für Musiker gilt das Gleiche wie für Fussballer. Zuerst sollten sie so viel Geld anhäufen, dass sie eine Zeitlang davon leben können, denn irgendwann ist die Karriere zu Ende.» Das Glamourleben der erfolgreichen Musiker, das viele Medien propagieren, entspreche eben nur in Ausnahmefällen der Realität. Dem müssten Musiker Rechnung tragen, sagt Jeffrey Baumann. «Musiker, die in jungen Jahren erfolgreich sind, sollten sich rechtzeitig eine Berufstätigkeit aufbauen, die sie nach der Karriere ausüben können.» ■