

Gesucht werden Voll- und Teilzeit Cabin Crew Members

Intertextualität im Vergleich: Eine Analyse von Pressemitteilungen der Deutsche
Lufthansa AG, Swiss International Air Lines und Austrian Airlines AG

Kandidatenarbeit

Universität Oulu

Deutsche Sprache und Kultur

Ella Korkeala

Frühling 2023

INHALTSVERZEICHNIS

1. EINLEITUNG.....	3
2. THEORIE	4
2.1. Deutsche Lufthansa AG, Swiss International Air Lines und Austrian Airlines AG	4
2.2. Pressemitteilung	4
2.2.1. Pressemitteilung und Nachricht	6
2.2.2. Pressemitteilung, Pressemeldung und Medienmitteilung	7
2.3. Stellenanzeige	8
2.4. Intertextualität	9
3. MATERIAL UND METHODIK	9
3.1. Material	9
3.2. Methodik	10
4. ANALYSE	11
4.1. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein von Lufthansa	11
4.2. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung <i>SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein</i> von SWISS	12
4.3. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung <i>Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen</i> von Austrian	13
4.4. Merkmale der Stellenanzeige in den Pressemitteilungen.....	14
4.5. Stellenanzeigenspezifischer Wortschatz in den Pressemitteilungen und Struktur des Inhalts	15
4.6. Zusammenfassung der Analyse	18
5. SCHLUSSFOLGERUNGEN.....	19
LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLEN	20
ANLAGEN	22

1. EINLEITUNG

In den letzten Jahren haben Luftfahrtunternehmen erhebliche Veränderungen durchlaufen, bedingt durch den vorübergehenden Rückgang des Reiseverkehrs aufgrund der Covid-19-Pandemie sowie die Schließung von Lufträumen infolge des Krieges in der Ukraine. Diese Umstände haben auch Auswirkungen auf die Beschäftigten der Fluggesellschaften, die von Entlassungen betroffen sind. Die Einstellung von Luftfahrtunternehmen ist daher ein aktuelles Thema in Europa und weltweit.

Das Ziel dieser Kandidatenarbeit ist es, die Pressemitteilungen von Deutsche Lufthansa AB (Lufthansa), Swiss International Air Lines (SWISS) und Austrian Airlines AG (Austrian) zu untersuchen, die im November und Dezember 2022 veröffentlicht wurden und sich auf die Einstellung neuer Mitarbeiter beziehen. Diese Dokumente sollen sowohl aus der Perspektive einer Pressemitteilung als auch aus der Sicht einer Stellenanzeige analysiert werden. Es soll untersucht werden, welche Merkmale diese Texte als Pressemitteilungen auszeichnen und welche als Stellenanzeigen. Zudem soll untersucht werden, ob diese Texte intertextuell sind.

Die vorliegende Arbeit basiert auf einer qualitativen Inhaltsanalyse, die das Ziel verfolgt, die Grenzen und die Verknüpfungen zwischen den Merkmalen von Pressemitteilungen und Stellenanzeigen zu untersuchen und Intertextualität in diesen beiden Textsorten nachzuweisen.

Im folgenden Kapitel werden die Zielunternehmen vorgestellt und die Begriffe Pressemitteilung und Stellenanzeige definiert. Kapitel drei beschäftigt sich mit der Darstellung des Materials sowie der Vorstellung der angewendeten Methoden. Im vierten Kapitel werden alle drei Texte zunächst aus der Perspektive einer Pressemitteilung und anschließend aus der Sicht einer Stellenanzeige analysiert. In Kapitel fünf werden die Ergebnisse der Analyse zusammengefasst und die Frage nach der Intertextualität der Texte wird diskutiert. Die Arbeit endet mit einer Literaturliste der verwendeten Quellen sowie den Pressemitteilungen von Lufthansa, SWISS und Austrian im Anhang.

2. THEORIE

In diesem Teil werden die für die Forschung wichtigsten Begriffe dargestellt, die im Wesentlichen mit der Analyse zusammenhängen, sowie die wichtigsten grundlegenden Informationen über die Unternehmen Lufthansa, SWISS und Austrian, die Gegenstand der Untersuchung sind, gegeben.

2.1. Deutsche Lufthansa AG, Swiss International Air Lines und Austrian Airlines AG

Die Lufthansa ist eine deutsche Fluggesellschaft, die im Jahr 1926 gegründet wurde und ihren Heimatflughafen in Frankfurt am Main hat. Die SWISS ist eine Schweizer Fluggesellschaft, die im Jahr 2002 gegründet wurde und deren Heimatflughafen in Zürich liegt. Die österreichische Fluggesellschaft Austrian wurde im Jahr 1957 gegründet und hat ihren Heimatflughafen in Wien. Lufthansa, SWISS und Austrian sind alle Mitglieder der Star Alliance, dem weltweit größten Netzwerk von Fluggesellschaften, und sind Teil der Lufthansa Group. Die SWISS ist seit 2005 und Austrian seit 2009 Teil der Lufthansa Group. Die Lufthansa Group flog im Jahr 2021 insgesamt 4.533.165 Flüge einschließlich Passagieren und Fracht, von denen 2.653.994 (58,5 %) von Lufthansa, 778.220 (17,2 %) von SWISS und 331.665 (6,9 %) von Austrian durchgeführt wurden. Eurowings und Brussels Airlines gehören ebenfalls zur Lufthansa Group und fliegen insgesamt 580.877 (12,8 %) der Gesamtzahl der Flüge der Lufthansa Group. (Lufthansa Nachhaltigkeit 2021 Factsheet. 2022. Lufthansa Group)

Im Jahr 2022 betrug die Anzahl der Mitarbeiter bei SWISS 9.045 und bei Austrian 5.609 (Statista. 2023). Die Anzahl der Mitarbeiter der Lufthansa Group belief sich im Jahr 2020 auf 125.207, im Jahr 2021 auf 107.645 und im Jahr 2022 auf 109.509 (Lufthansa Group. 2023). Bei diesen Veränderungen der Mitarbeiterzahlen sind die Entlassungen infolge der Covid-19-Pandemie im Jahr 2020 und die langsame Erholung des Luftverkehrs seitdem zu beobachten, auf die in Kapitel eins verwiesen wird.

2.2 Pressemitteilung

Eine Pressemitteilung ist eine offizielle Erklärung oder Ankündigung, die von einer Organisation, einem Unternehmen oder einer Regierungseinrichtung herausgegeben

wird, um die Medien über bestimmte Ereignisse, Entwicklungen oder Neuigkeiten zu informieren.

Pressemitteilungen werden häufig von Unternehmen und Organisationen verwendet, um ihre Produkte oder Dienstleistungen zu bewerben, wichtige Ankündigungen zu machen oder Ereignisse wie Messen, Konferenzen oder Veranstaltungen zu bewerben. Regierungen nutzen Pressemitteilungen auch, um ihre Politik zu kommunizieren, um wichtige Entscheidungen oder Gesetzesänderungen bekannt zu geben oder um die Öffentlichkeit über wichtige Entwicklungen im Land zu informieren.

Eine Pressemitteilung sollte klar und prägnant geschrieben sein und alle relevanten Details enthalten, wie z.B. wer, was, wann, wo und warum. Sie sollte auch eine kurze Zusammenfassung des Themas enthalten, um es den Journalisten zu erleichtern, die wichtigsten Punkte schnell zu verstehen und in ihre Berichterstattung aufzunehmen.

Die Pressemitteilungen sollten unabhängig vom Thema so kurz wie möglich sein, jedoch üblicherweise nicht länger als eine DIN A4-Seite und die sollte nur ein Thema behandeln. Laut einem Artikel, der von dem Werbe- und Marketingunternehmen Textbroker veröffentlicht wurde, sind Pressemitteilungen „Texte, die Pressevertreter über die Neuigkeiten von Unternehmen, Institutionen oder Verbänden informieren. Ziel ist es, durch redaktionelle Berichterstattung in den Medien die Wahrnehmung des Unternehmens in der Öffentlichkeit positiv zu beeinflussen“. Unter Berücksichtigung des Themas der Studie ist ferner zu bemerken, dass die großen Veränderungen in der Zahl der Arbeitsplätze ein übliches Thema der Pressemitteilung sind (Schach. 2015. S.208).

In dieser Studie wurde dieser Begriff Pressemitteilung verwendet:

[..]sind Pressemitteilungen:

1. schriftliche Mitteilungen an die Presse, deren Veröffentlichung im redaktionellen Teil gewünscht wird,
2. so geschrieben, dass der Text ohne Änderung veröffentlicht werden kann,
3. ein Informationsangebot an die Redaktionen, die über Änderungen und Abdruck frei entscheiden,
4. Information aus medienrelevantem Anlass über einen Sachverhalt ein Ereignis oder eine Einschätzung mittels Fakten und/oder Zitaten (Falkenberg. 2006. S. 13).

„Der erste Absatz [der Pressemitteilung] beantwortet die sechs W-Fragen [...]: Wer – Was – Wann – Wo – Warum – Wie?“ (Schach. 2015. S. 210.) Im Journalismus beantwortet der Vorspann die sogenannten W-Fragen, welche die grundlegenden Fragen wer, was, wann, wo und warum umfassen. Daher werden in dieser Arbeit nur diese ersten fünf W-Fragen betrachtet. Laut dem Online-Ratgeber Deutsche Tageszeitungen „[...] soll der Vorspann den Leser nämlich zum einen über das Thema des Artikels informieren und zum anderen sein Interesse an dem Text wecken“ (Deutsche Tageszeitungen). Auf der Grundlage dieser Definitionen ist der Vorspann oft der erste Absatz.

Der folgende schematische Aufbau der Pressemitteilung (Abbildung 1.) wird in Kapitel 4 dieser Arbeit zur Analyse der Struktur der Pressemitteilungen verwendet.

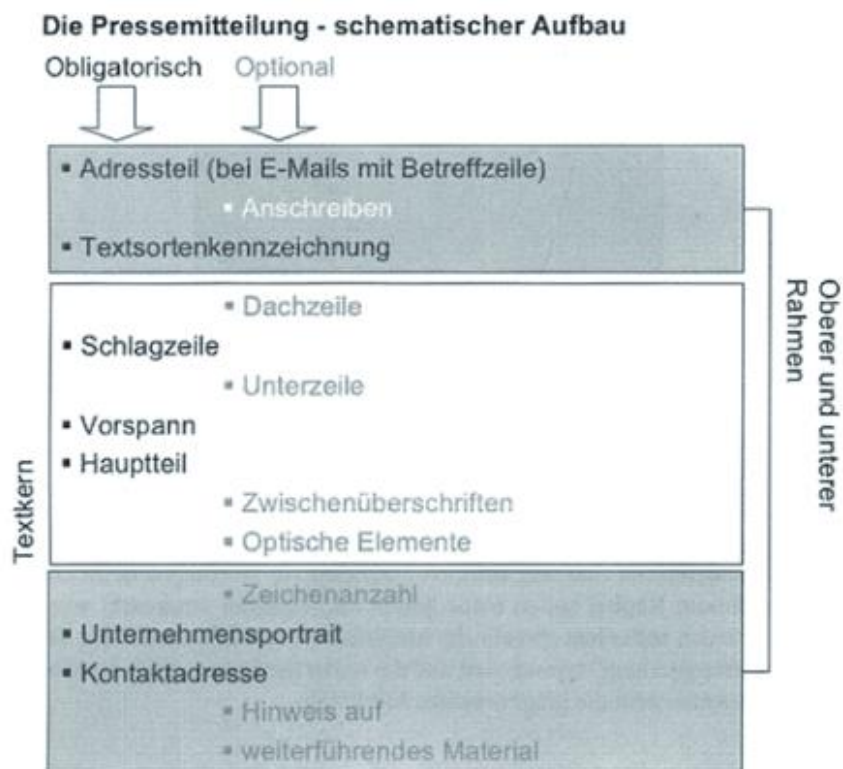


Abbildung 1: Der schematische Aufbau der Pressemitteilung (Christoph. 2009. S. 121 zitiert nach Schach. 2015. S. 210)

2.2.1. Pressemitteilung und Nachricht

Eine Nachricht ist eine kurze Mitteilung oder Information über ein aktuelles Ereignis, das von allgemeinem Interesse sein kann. Es kann sich um ein Ereignis aus der Politik, Wirtschaft, Kultur, Sport oder anderen Bereichen handeln. Nachrichten werden in der

Regel von Journalisten recherchiert und geschrieben, um sie dann in verschiedenen Medien wie Zeitungen, Online-Portalen, Fernseh- oder Radiosendungen zu verbreiten. Eine Nachricht soll sachlich, neutral und objektiv sein und alle relevanten Fakten zum Ereignis enthalten. In Nachrichten werden die Dinge nach ihrer Bedeutung und nicht nach der zeitlichen Reihenfolge der Ereignisse dargestellt. (Jyväskylän yliopisto Kielikeskus)

Eine Nachricht ist eine objektive und neutrale Information über ein aktuelles Ereignis von öffentlichem Interesse. Eine Pressemitteilung hingegen ist eine von einem Unternehmen oder einer Organisation veröffentlichte Mitteilung, die Informationen über ein bestimmtes Ereignis oder eine Nachricht enthält, die mit der Tätigkeit der Organisation zusammenhängt. Im Gegensatz zu Nachrichten sind Pressemitteilungen in der Regel länger und enthalten detaillierte Informationen wie Hintergrundinformationen, Zitate und Standpunkte des Unternehmens. Der Zweck von Pressemitteilungen besteht darin, die Aufmerksamkeit der Medien zu erregen und sie dazu zu bringen, einen Artikel über die Nachricht oder das Ereignis zu schreiben.

2.2.2. Pressemitteilung, Pressemeldung und Medienmitteilung

Die Begriffe "Pressemitteilung", "Pressemeldung" und "Medienmitteilung" werden in der Praxis bei den drei Luftfahrtunternehmen synonym verwendet. In der Literatur wird teils differenziert: Der einzige Unterschied bei einer "Medienmitteilung" besteht – laut Schach (2015, S. 210-213) – darin, dass sie im Internet in einem anderen Format vorliegt, das für das Lesen im Internet optimiert ist.

In der Schweiz wird jedoch häufig der Begriff "Medienmitteilung" anstelle von "Pressemitteilung" verwendet, unabhängig davon, in welchem Dateiformat sie veröffentlicht wird. In dieser Studie wird die Pressemitteilung von SWISS, die in dieser Arbeit analysiert wird, als "Medienmitteilung" bezeichnet. Basierend auf diesen Informationen werden diese drei Begriffe in dieser Studie als vollständig synonym behandelt.

2.3. Stellenanzeige

Eine Stellenanzeige ist ein öffentliches Inserat, das von einem Unternehmen, einer Organisation oder einer Regierungseinrichtung erstellt wird, um offene Stellen zu bewerben und potenzielle Bewerberinnen und Bewerber anzusprechen.

Eine Stellenanzeige enthält in der Regel Informationen über die Position, die zu besetzen ist, einschließlich des Titels, der Hauptaufgaben und Verantwortlichkeiten, der Anforderungen an die Bewerberinnen und Bewerber, des Standorts und der Arbeitszeit, des Gehalts und der Vorteile sowie der Bewerbungsfristen und -verfahren.

Stellenanzeigen werden in verschiedenen Medien veröffentlicht, darunter Online-Jobbörsen, Printmedien wie Zeitungen und Zeitschriften sowie auf den Websites der Unternehmen und Organisationen selbst. Sie sind ein wichtiger Bestandteil des Personalbeschaffungsprozesses und dienen dazu, die Aufmerksamkeit potenzieller Bewerberinnen und Bewerber auf die offene Stelle zu lenken.

In einer Stellenanzeige werden oft spezifische Qualifikationen und Erfahrungen gefordert, die für die Stelle erforderlich sind, wie z.B. Bildungsniveau, berufliche Erfahrung oder spezifische Fähigkeiten.

Die Hauptfunktion der Stellenanzeige ist es, potenzielle Mitarbeitende auf offene Stellen aufmerksam machen. Als Nebenfunktion soll die Stellenanzeige ein positives Image des Unternehmens vermitteln. (Nielsen, Luttermann, Lévy-Tödter. 2017. S.15)

In einer Stellenanzeige beschreibt das Unternehmen erstens seine eigenen Tätigkeiten. Als nächstes werden die Aufgabenbezeichnung und andere wesentliche Informationen, wie z. B. der Standort, angegeben. Die wichtigsten Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Bedingungen für den Arbeitssuchenden werden nun aufgeführt. Sie werden nach Prioritäten geordnet, die wichtigsten stehen oben. Schließlich ist zu erwähnen, was das Unternehmen dem Arbeitnehmer zusätzlich zur eigentlichen Arbeit anbietet. (Hoppe, Laine. 2014. S. 66)

Auch die Stellenanzeige beantwortet die fünf W-Fragen (s. o. Kapitel 2.2.), um potenzielle Bewerber über die wichtigsten Informationen zum Arbeitsplatz zu informieren (Personalturm. 2020).

2.4. Intertextualität

Intertextualität beschreibt die Verbindung und Wechselwirkung von Texten innerhalb eines Werkes oder Textes. Es ist ein Konzept, das in der Literatur- und Kulturwissenschaft verwendet wird, um zu zeigen, wie Texte miteinander in Beziehung stehen, aufeinander verweisen oder sich aufeinander beziehen.

Durch verschiedene Formen der Intertextualität kann ein Phänotext, auf andere Texte Bezug nehmen. Beispiele hierfür sind das Zitat, bei dem der Autor oder die Autorin einen Text, eine Aussage oder eine Idee aus einem anderen Werk direkt in den eigenen Text einbezieht und dabei auf die ursprüngliche Quelle verweist, oder die Anspielung, bei der ein Text auf einen anderen Text oder ein Ereignis anspielt, ohne es direkt zu zitieren oder zu benennen. Ein weiteres Beispiel ist, dass der Phänotext Merkmale einer anderen Textsorte aufweist. Laut Janich (2019, S. 177) bezieht sich Intertextualität auf "die gemeinsame Anwesenheit mehrerer Texte in einem, also die klassischen Formen der Bezugnahme eines Phänotextes auf einen oder mehrere Referenztexte wie Zitat, Anspielung, Plagiat u.a."

Gattungsreferenz ist auch eine Art von Intertextualität. Dabei weist ein Text, z.B. die Pressemitteilung, bestimmte Merkmale oder Eigenschaften einer anderen Textsorte, z.B. der Stellenanzeige, auf. Dies kann ein bewusster oder unbewusster Prozess sein, bei dem der Autor sich auf typische Merkmale und Konventionen des Genres bezieht oder diese subvertiert oder verändert. (Janich. 2013)

3. MATERIAL UND METHODIK

In diesem Abschnitt wird das zu analysierende Material dargestellt, d. h. die Pressemitteilungen von Lufthansa, SWISS und Austrian. Darüber hinaus werden die Methoden geprüft, die zur Erreichung der Ziele bei der Analyse des betreffenden Materials angewandt werden.

3.1. Material

Die Luftfahrtunternehmen Lufthansa, SWISS und Austrian wurden aufgrund ihrer Bedeutung in den deutschsprachigen Ländern für diese Untersuchung ausgewählt. Diese insbesondere Pressemitteilungen habe ich von den Unternehmen ausgewählt, weil sie

mit dem gleichen Thema, Anstellung, befassen. Alle drei Pressemitteilungen wurden auf der Website der Unternehmen veröffentlicht.

Die Pressemitteilung der Lufthansa mit dem Titel "Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein" beschreibt die Einstellung einer großen Anzahl von neuen Mitarbeitenden für verschiedene Aufgaben innerhalb der Organisation. Der Text ist eine Seite lang und findet sich auf der Website der Lufthansa Group unter "Newsroom – Meldungen – Medienmitteilung – Pressemeldung". Darüber hinaus wird im Text geschrieben, dass er eine Pressemitteilung ist, d. h. auf der Website der Lufthansa wird auf alle drei Begriffe: Pressemitteilung, Medienmitteilung und Pressemeldung, Bezug genommen.

In der Pressemitteilung von SWISS mit dem Titel "SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein" wird erwähnt, dass neue Pilot*innen von SWISS eingestellt und ausgebildet werden. Diese Pressemitteilung ist zwei Seiten lang und findet sich auf der Website von SWISS unter "Newsroom – Medienmitteilung – Personelles".

Die Pressemitteilung von Austrian mit dem Titel "Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen ein" und ist eine Einladung für Bewerber, die sich für den Beruf des Flugbegleiters interessieren, an einer Einstellungsveranstaltung teilzunehmen. Diese Pressemitteilung findet sich auf der Website von Austrian unter "Presse" und "Pressemeldungen". Es ist zu beachten, dass dieser Text in der Form vorliegt, wie er auf der Website erscheint, da er nicht als PDF-Datei wie bei SWISS und Lufthansa verfügbar war.

3.2. Methodik

Dieser Arbeit hat das Ziel, die Intertextualität in Pressemitteilungen zu untersuchen. Dabei wird eine qualitative Inhaltsanalyse angewendet, um herauszufinden, wie und in welchem Umfang Intertextualität in Pressemitteilungen verwendet wird. Die Untersuchung wird sich auf Deutsche Pressemitteilungen aus verschiedenen Unternehmen konzentrieren.

In allen Pressemitteilungen wird untersucht, ob sie die Fragen wer, was, wann, wo und warum beantworten und wo die Antworten auf den Text erscheinen. Die Pressemitteilungen werden auch unter dem Gesichtspunkt des schematischen Aufbaus

der Pressemitteilungen (Abb.1) geprüft und untersucht, inwieweit sie vollständig mit dem schematischen Aufbau der Pressemitteilung übereinstimmen.

Aus der Sicht der Stellenanzeige werden die Pressemitteilungen im Hinblick auf Gemeinsamkeiten und Unterschiede in Struktur und Inhalt verglichen; außerdem wird der Wortschatz, der spezifisch für eine Stellenanzeige ist, aufgelistet.

In dieser Arbeit wird das generische Maskulinum verwendet. Damit sollen alle Geschlechter gemeint sein.

4. ANALYSE

In diesem Teil wird zunächst analysiert welche Merkmale der Pressemitteilung die drei Texte haben. Die zu analysierenden Merkmale entsprechen denen in Kapitel 2.2. Jeder Text wird einzeln geprüft. Anschließend werden die Texte anhand der in Kapitel 2.4 beschriebenen Merkmale der Stellenanzeige analysiert. Auch der stellenanzeigenspezifische Wortschatz in den Texten wird behandelt. Schließlich werden die Ergebnisse der Analysen unter dem Gesichtspunkt der Intertextualität verglichen.

4.1. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein von Lufthansa

In der linken Ecke – das ist der obere Kasten in Abbildung 1 – befindet sich das Logo von Lufthansa, der dunkelblaue Kranich und der Name des Unternehmens *LUFTHANSA GROUP*, auch auf der dunkelblauen Farbe. Die Textsortenkennzeichnung *PRESSEMITTEILUNG* ist ganz groß geschrieben und darunter steht der Ort *Frankfurt* und das Datum *21. November 2022* des Schreibens mit sehr kleiner, aber fett gedruckter Schrift. Die Oberseite des Textkerns besteht aus der Schlagzeile *Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein*, die eine Info-Headline (Schach. 2015. s. 2010) ist, und einer Unterzeile – *Deutschlandweite Recruiting-Kampagne startet am 21. November – Jobangebote in mehr als 45 Berufe*, beide mit fett gedruckter Schrift geschrieben, die Schlagzeile mit größerem Schriftsatz als die Unterzeile.

Der erste Absatz des eigentlichen Textteils ist der Vorspann, und zusammen mit der Unterzeile beantwortet er die fünf wichtigsten W-Fragen (s. o. Kapitel 2.2.):

1. Wer – *Lufthansa Group*,

2. Was – *stellt 20.00 Mitarbeitende ein,*
3. Wann – *Recruiting-Kampagne startet am 21. November,*
4. Wo – *an den Standorten Frankfurt, München, Zürich, Wien und Brüssel sowie an der Technik-Basis Hamburg und an den Standorten der Eurowings Gruppe,*
5. Warum – *um an der Spitze der Branche zu stehen, brauchen wir engagierte und motivierte Mitarbeitende für vielfältige Aufgaben und Herausforderungen,*

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass die Antwort auf die Frage, "Warum" direkt erst im Hauptteil vorgelegt wird. Der Vorspann und der Hauptteil sind beide mit derselben Grundschrift geschrieben. Der Hauptteil enthält auch eine Zwischenüberschriften *Michael Niggemann, Personalvorstand und Arbeitsdirektor der Deutschen Lufthansa AG sagt:*, die der visuellen Aussehen von der Unterzeile entspricht.

Im unteren Teil, der dem unteren Kasten entspricht, gibt es mit einer kleinen Schrift die Kontaktadresse *Media Relations, Lufthansa Group*, die Telefonnummer, die E-Mail-Adresse, zwei Links zu den Webseiten des Unternehmens sowie *Follow us on Twitter: @lufthansaNews*, womit die Suche nach weiteren Informationen zu diesem Thema angeregt wird. In der rechten unteren Ecke ist das graue Star Alliance Logo und der Text *Star Alliance Member*, mit ihrer eigenen Schrift geschrieben.

4.2. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung *SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein* von SWISS

Der obere Teil, der dem oberen Kasten in Abbildung 1 entspricht, besteht aus dem blaugrauen Logo von European Flight Academy in der linken oberen Ecke, dem roten SWISS-Logo in der rechten oberen Ecke und der Textsortenkennzeichnung *Medienmitteilung*, auf fett gedruckter Schrift. Daneben gibt es den Ort *Zürich-Flughafen* und das Datum *20. Dezember 2022*, an dem die Pressemitteilung geschrieben wurde. Der Text hat keine Unterzeile, und der erste Absatz, der Vorspann, der nach der Schlagzeile *SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein* steht, ist auch fett gedruckt geschrieben. Der Vorspann beantwortet die drei ersten W-Fragen:

1. Wer – *SWISS,*
2. Was – *wird [...] neue Pilot:innen anstellen und Pilotenschüler:innen ausbilden lassen,*
3. Wann – *ab 2023.*

Der Hauptteil beantwortet die zwei verbleibenden W-Fragen:

4. Wo - *Die zweijährige Ausbildung der neuen Pilot:innen erfolgt durch die von der LAT betriebene European Flight Academy (EFA), und findet unter anderem in Grenchen, Opfikon und Goodyear (USA) statt,*
5. Warum - *nach einer Corona bedingten Pause* (s. o. Kapitel 1),

Die fettgedruckte Zwischenüberschrift *SWISS Pilotenschüler:innen erhalten finanzielle Unterstützung* gibt die gleiche Information, die sich auch im Hauptteil zweimal wiederholt. Auf der zweiten Seite finden sich das Unternehmensportrait sowohl für SWISS als auch für das Lufthansa Aviation Training. Für beide wurden grundlegende Informationen in getrennten Kästen geschrieben.

Am Ende stehen auch die Kontaktadressen: Adresse, Telefonnummer, E-Mail-Adresse und Link zu der Website für SWISS und Lufthansa Aviation Training sowie der Link zum Twitter-Konto der SWISS. Meiner Meinung nach wurde in diesem Abschnitt Fettdruck im Text in besonderem Maße verwendet, sogar so, dass es meiner Meinung nach ein Fehler zu sein scheint. Die Zwischenüberschrift *Kontakt* und *Lufthansa Aviation Training Switzerland AG* sind fett gedruckt, aber *Swiss International Air Lines Ltd.* nicht. Auf der linken unteren Ecke der zweiten Seite befindet sich das graue Star Alliance-Logo, gefolgt von *25 years*, das darauf hinweist, dass Star Alliance vor 25 Jahren gegründet wurde.

4.3. Merkmale der Pressemitteilung in der Pressemitteilung *Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen* von Austrian

Die Pressemitteilung von Austrian enthält keine Textsortenkennzeichnung, sondern die Schlagzeile *Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen* steht im oberen Teil. Dort befindet sich auch das Logo von Austrian, schwarz-weiß in der linken oberen Ecke. Unter dem Titel ist das Datum des Schreibens, aber kein Ort.

Der Vorspann besteht aus zwischenüberschriftartig gestaltetem Text *Home Carrier lädt zu[r]ecruiting Day für Flugbegleiter:innen* und den vier Stichpunkten darunter, die die wichtigsten Punkte der Pressemitteilung für den Arbeitsuchenden enthalten. Der Vorspann enthält auch Antworten auf die ersten vier W-Fragen:

1. Wer – Austrian Airlines,
2. Was – *lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen,*

3. Wann – *am Samstag, 10. Dezember von 10 bis 18 Uhr,*
4. Wo – *im Hilton Vienna Park.*

Nach dem Vorspann fängt der Hauptteil an. Der ist Fließtext und beantwortet die Frage:

5. Warum – *Das Austrian Airlines Team wächst.*

Es steht keine Kontaktadresse oder Unternehmensportrait in dieser Pressemitteilung, am Ende gibt es nur einen Link zu einer Website, auf der mehr über offene Stellen berichtet wird. Die Website bietet jedoch Zugang zu allen sozialen Medien der Austrian und Kontaktinformationen über den roten Balken durch Klicken. Am unteren Ende der Seite befindet sich das rote Logo von Austrian links und das graue Logo von Star Alliance rechts, beide sind auch Links zu den Webseiten der Unternehmen.

Die Vielzahl von Links zur Bereitstellung zusätzlicher Informationen ist für eine Medienmitteilung (s.o. Kapitel 2.3.) typisch und passend, aber nicht für eine Pressemeldung, die diesen Text von Austrian benannt wurde. Der Text von SWISS dafür wurde als eine Medienmitteilung benannt, aber hat beim vorliegenden Beispiel die Merkmale einer Pressemitteilung. (Schach. 2015. S.213)

Da es sich bei diesem Text von Austrian um eine Mitteilung über eine bevorstehende Veranstaltung handelt, ist es auch ein Beispiel für einen Veranstaltungshinweis als Textsorte. Der Zweck eines Veranstaltungshinweises besteht darin, die Öffentlichkeit über eine bevorstehende Veranstaltung zu informieren und die Teilnehmerzahl zu erhöhen. Ein typischer Veranstaltungshinweis enthält Informationen wie das Datum, die Uhrzeit und den Veranstaltungsort, das Thema oder den Anlass der Veranstaltung sowie Details zu den Eintrittspreisen oder dem Anmeldeverfahren.

Alles im allem ist bei diesen drei Texten der Aufbau der Pressemitteilung recht klar, auch wenn er nicht vollständig ist aufgrund von fehlenden Unternehmensportraits Kontaktadresse usw.

4.4. Merkmale der Stellenanzeige in den Pressemitteilungen

Das Thema aller drei Texte ist eng mit der Stellenanzeige verbunden. Einige Aspekte der Struktur der Stellenanzeige und der Pressemitteilung sind sehr ähnlich, wie die Beantwortung von die W-Fragen unmittelbar im ersten Absatz des Textes, dem Vorspann, die sich bei allen dreien erfüllt. (s. o. Kapitel 2.2. und 2.3.).

Pressemitteilungen von Lufthansa und SWISS informieren die Medien über die Einstellung neuer Mitarbeiter, und der Personalvorstand von Lufthansa, der Head of Flight Operations von SWISS und Geschäftsführer der Lufthansa Aviation Training Switzerland AG(SWISS) kommentieren das Thema. Die Pressemitteilung von Austrian wiederum richtet sich direkt an den Arbeitssuchenden und erläutert ein ähnliches Thema auf sehr unterschiedliche Weise. Hier sind einige Zitate dazu enthalten, wie in jedem Text ein interessierter Arbeitssuchender aufgefordert wurde, in diesem Prozess voranzukommen:

Lufthansa: *Interessenten (m/w/d) finden auf lufthansagroup.careers Stellenangebote und weitere Informationen zu den Recruiting-Tagen.*

SWISS: *Interessierte Bewerber:innen können sich ab sofort bewerben und finden weitere Informationen auf www.swiss.com respektive auf www.european-flight-academy.com.*

Austrian: *Ein Besuch und eine Bewerbung am Open Recruiting Day sind ohne Anmeldung möglich. Mitzubringen sind Lebenslauf, Motivationsschreiben, Abschlusszeugnisse sowie eine Passkopie und ein Covid-19 Immunisierungsnachweis. Weitere Infos zum Flugbegleiter:innen-Job sowie zum Open Recruiting Day am 10. Dezember 2022 ab 10 Uhr im Hilton Vienna Park, am Stadtpark 1, 1030 Wien unter www.austrianairlines.ag/karriere/flugbegleiter.*

Es zeigt sich hier, dass Lufthansa und SWISS eine andere Zielgruppe im Vergleich zu Austrian ansprechen. Während Lufthansa und SWISS ihre Texte an die Medien richten, wendet sich Austrian direkt an potenzielle Bewerber, also an den Leser. Aus diesem Unterschied lässt sich ableiten, dass Lufthansa und SWISS lediglich darauf hinweisen, dass weitere Informationen auf der Website zu finden sind, während Austrian sehr detaillierte Informationen darüber gibt, wo und wann der Recruiting Day stattfinden wird und was Bewerber mitbringen sollten.

4.5. Stellenanzeigenspezifischer Wortschatz in den Pressemitteilungen und Struktur des Inhalts

Zunächst wird der stellenanzeigenspezifische Wortschatz (im engeren Sinne, also kontextfrei) in den Pressemitteilungen aufgelistet:

Lufthansa: *spannende und interessante Aufgaben, die künftigen Mitarbeitenden, vielfältigen Ausbildungsberufen, engagierte und motivierte Mitarbeitende, vielfältige Aufgaben und Herausforderungen, spannenden Jobangeboten, Interessenten (m/w/d) finden auf lufthansagroup.careers Stellenangebote weitere Informationen zu den Recruiting-Tagen.*

SWISS: zweijährigem Einstellungsstopp, attraktive Arbeitsplätze, junge Talente, Die zweijährige Ausbildung der neuen Pilot:innen, eine qualitativ hochstehende fliegerische Grund- und Weiterbildung, mindestens dreijährige berufliche Grundausbildung, prüfungsfrei Zulassung für eine Fachhochschule oder universitäre Hochschule verfügen, interessierte Bewerber:innen können sich ab sofort bewerben.

Austrian: lädt zum Open Recruiting Day, Gesucht werden Voll- und Teilzeit Cabin Crew Members, Bewerbungen am Samstag, 10. Dezember von 10 bis 18 Uhr im Hilton Vienna Park möglich, Mitzubringen sind: Lebenslauf, Motivationsschreiben, Abschlusszeugnisse, Passkopie sowie Covid-19 Immunisierungs-Nachweis, Abgeschlossene Schul- und Berufsausbildung sowie eine EU-Staatsbürgerschaft sind Voraussetzungen, neue Mitarbeiter:innen gesucht, wer Interesse hat, ein herzliches, offenes sowie charmantes Profil mitbringt, zudem kundenorientiert und kommunikativ ist sowie Flexibilität und Einsatzbereitschaft zu seinen Stärken zählt, ein Mindestalter von 18 Jahren, eine österreichische oder EU-Staatsbürgerschaft sowie eine abgeschlossene Schul- oder Berufsausbildung bzw. ein abgeleiteter Präsenzdienst bei männlichen Bewerbern und ein Nachweis der Covid 19-Vollimmunisierung sind Voraussetzungen, gesucht werden Voll- sowie im Rahmen des „Study & Fly“-Programms auch Teilzeit Flugbegleiter:innen, Die achtwöchigen Ausbildungen, Ein Besuch und eine Bewerbung am Open Recruiting Day sind ohne Anmeldung möglich, Weitere Infos zum Flugbegleiter:innen-Job sowie zum Open Recruiting Day.

Als nächstes wird untersucht, wie die Inhalte in dem Material zu den notwendigen Textbausteinen einer klassischen Stellenanzeige passen. Für den Vergleich wird derselbe Aufbau der Stellenanzeige verwendet, wie er bereits in Kapitel 2.3 dargelegt ist:

1. Unternehmenseigene Tätigkeiten,
2. die Aufgabenbezeichnung und andere wesentliche Informationen,
3. die wichtigsten Aufgaben, Verantwortlichkeiten und Bedingungen für den Arbeitssuchenden,
4. was das Unternehmen dem Arbeitnehmer zusätzlich zur eigentlichen Arbeit anbietet (Hoppe, Laine. 2014. S. 66).

Lufthansa:

1. –

2. *Jobangebote in mehr als 45 Berufen, Gesucht werden vor allem noch Menschen in produktnahen und service-orientierten Bereichen an den Standorten Frankfurt, München, Zürich, Wien und Brüssel sowie an der Technik-Basis Hamburg und an den Standorten der Eurowings Gruppe,*
3. *Insbesondere im Fokus stehen Techniker, IT-Spezialisten, Juristen, Piloten und Flugbegleiter (jeweils m/w/d). Auch für junge Menschen bietet die Lufthansa Group Perspektiven in vielfältigen Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen.*
4. –

SWISS:

1. –
2. *Pilot:innen anstellen und Pilotenschüler:innen ausbilden, Die Ausbildung erfolgt durch die European Flight Academy, die von Lufthansa Aviation Training betrieben wird,*
3. *Interessent:innen sollten über eine abgeschlossene, mindestens dreijährige berufliche Grundausbildung oder eine prüfungsfreie Zulassung für eine Fachhochschule oder universitäre Hochschule verfügen.*
4. *SWISS Pilotenschüler:innen profitieren von einer finanziellen Unterstützung.*

Austrian:

1. –
2. *Gesucht werden Voll- und Teilzeit Cabin Crew Members*
3. *Abgeschlossene Schul- und Berufsausbildung sowie eine EU-Staatsbürgerschaft sind Voraussetzungen, Wer Interesse hat in luftigen Höhen zu arbeiten, ein herzliches, offenes sowie charmantes Profil mitbringt, zudem kundenorientiert und kommunikativ ist sowie Flexibilität und Einsatzbereitschaft zu seinen Stärken zählt, Ein Mindestalter von 18 Jahren, eine österreichische oder EU-Staatsbürgerschaft sowie eine abgeschlossene Schul- oder Berufsausbildung bzw. ein abgeleiteter Präsenzdienst bei männlichen Bewerbern und ein Nachweis der Covid 19-Vollimmunisierung sind Voraussetzungen,*
4. *Die achtwöchigen Ausbildungen starten im Jänner sowie Februar im Austrian Trainingscenter am Flughafen Wien-Schwechat, Anschließend starten die frisch gebackenen Cabin Crew Members ihre Flugbegleiter:innen-Karriere auf der*

Kurz- und Mittelstrecke und können nach rund eineinhalb Jahren ihren Dienst auch auf Langstreckenflügen versehen.

4.6. Zusammenfassung der Analyse

Sowohl aus dem Umfang des stellenanzeigenspezifischen Wortschatzes als auch aus dem Aufbau geht hervor, dass von diesen drei Texten Austrian die meisten Merkmale der Stellenanzeige hat, und Lufthansa am wenigsten, doch auch in erheblichem Umfang.

Die Pressemitteilungen, die von der Lufthansa, SWISS und Austrian veröffentlicht wurden, haben sowohl Gemeinsamkeiten als auch Unterschiede in Bezug auf ihre Struktur und ihren Inhalt. Die Texte folgen dem allgemeinen Aufbau von Pressemitteilungen, indem sie die W-Fragen beantworten, die das Wesentliche dessen darstellen, worüber berichtet wird. In alle drei Pressemitteilungen werden wichtige Informationen wie wer, was, wann, wo und warum genannt. Die Antwort auf die Frage "Warum" wird jedoch in allen Texten erst im Hauptteil vorgestellt.

Die Lufthansa-Pressemitteilung hat eine Unterzeile, die den Lesern einen kurzen Einblick in das Thema gibt, während die SWISS-Pressemitteilung und die Austrian-Pressemitteilung keine Unterzeile haben und direkt mit der Schlagzeile beginnen.

Die Texte haben Kontaktinformationen am Ende der Pressemitteilung angegeben, um weitere Informationen zu erhalten. Die Lufthansa-Pressemitteilung hat auch Links zu den Webseiten des Unternehmens und die Social-Media-Accounts, während die SWISS-Pressemitteilung keine Social-Media-Accounts angegeben hat. Nur SWISS hat ein Unternehmensportrait, das ein positives Image des Unternehmens schafft. Laut Albanese und Boedeker (2003, S.182) tragen die Firmenlogos auf der Homepage, in der Werbung usw. dazu bei, ein einheitliches Bild der Kommunikation zu vermitteln. In allen drei Pressemitteilungen sind die Logos der Unternehmen und die Star Alliance-Logos an den typischen Orten der Pressemitteilung deutlich sichtbar. Auch die im Text verwendeten Schriften und Farben sind mit der Unternehmensidentität der einzelnen Unternehmen vereinbar. In Bezug auf den Stil haben die Texte eine klare und prägnante Sprache und nutzen eine einheitliche Schriftart für den Hauptteil und den Vorspann.

Alle drei Texte entsprechen den Teilen in der Abbildung 1. Wie bereits erwähnt, ist die SWISS die einzige Firma, die das Unternehmensportrait besitzt, das Teil des unteren Teils ist; ansonsten halten sich aber auch die Lufthansa und die Austrian an diese Struktur. Auch der obere Teil ist bei allen drei Texten sehr ähnlich, mit Ausnahme der

Tatsache, dass der Text der Austrian keine Textsortenkennzeichnung bei der aktuellen Pressemitteilung enthält, sondern an einem anderen Ort auf der Website.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse der Analyse, dass die beiden Pressemitteilungen die wichtigsten Informationen klar und prägnant darstellen und eine klare Struktur haben. Die Gemeinsamkeiten und Unterschiede in den allen drei Texten liegen in der Darstellung und der Art, wie die Informationen präsentiert werden.

5. SCHLUSSFOLGERUNGEN

Die Analyse zeigt, dass alle Texte in hohem Maße den Merkmalen einer Pressemitteilung entsprechen. Ihre Struktur und ihr Inhalt sind aus textlinguistischer Sicht ausreichend ähnlich, um als Pressemitteilungen zu gelten.

Wie bereits erwähnt, sind größere Rekrutierungskampagnen die üblichen Themen der Pressemitteilungen und die meisten der Texte behandeln das Thema großer Rekrutierungskampagnen, was den stellenanzeigespezifischen Wortschatz erklärt, der in ihnen zu finden ist. Es ist jedoch wichtig zu beachten, dass es große Unterschiede in der Verwendung des Wortschatzes zwischen den drei Texten gibt.

Die Pressemitteilung der Lufthansa weist die meisten Merkmale einer Pressemitteilung und die wenigsten Merkmale einer Stellenanzeige auf. Im Gegensatz dazu weist die Pressemitteilung von Austrian die wenigsten Merkmale einer Pressemitteilung und die meisten Merkmale einer Stellenanzeige auf, obwohl sie immer noch als klare Pressemitteilung identifiziert werden kann.

Alle Texte enthalten typische Elemente einer Pressemitteilung, wie beispielsweise eine Textsortenkennzeichnung, sowie typische Elemente einer Stellenanzeige, wie stellenanzeigespezifischen Wortschatz. Einige Elemente sind jedoch typisch für beide Arten von Texten, wie Antworten auf die W-Fragen.

In Bezug auf die Forschungsfrage, ob diese Texte intertextuell sind, ist festzustellen, dass sie Merkmale von zwei verschiedenen Textsorten aufweisen. Viele der spezifischen Merkmale einer Stellenanzeige ergeben sich aus dem Thema der Texte, nämlich dem Arbeitsmarkt. Es ist jedoch auch vorteilhaft für Unternehmen, Pressemitteilungen an das Thema Stellenanzeigen anzupassen, um sie besser zu vermarkten, solange sie innerhalb der Grenzen bleiben, die eine eindeutige Identifikation als Pressemitteilung ermöglichen.

LITERATURVERZEICHNIS UND QUELLEN

Primärliteratur

Austrian Airlines. 2022. Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen. <https://www.austrianairlines.ag/2022/12/07/austrian-airlines-laedt-zum-open-recruiting-day-fuer-flugbegleiterinnen/> (letzter Zugriff am 08.05.2023).

Lufthansa Group. 2022. Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein. https://www.lufthansagroup.com/media/newsroom/group/2022/q4/2022_11_21_PM_Kampagne_Recruiting.pdf (letzter Zugriff am 08.05.2023).

SWISS International Air Lines. 2022. SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein. <https://preview.thenewsmarket.com/Previews/SWIS/DocumentAssets/631532.pdf> (letzter Zugriff am 08.05.2023).

Sekundärliteratur

Albanese, Pietro; Boedeker, Mika (2003): Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.

Christoph, Cathrin (2009): Wie viel Marke verträgt die Pressemitteilung? In: Janich, Nina (Hrsg.): Marke und Gesellschaft: Markenkommunikation im Spannungsfeld von Werbung und Public Relations. VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 69-84.

Falkenberg, Viola (2006): Pressemitteilungen schreiben. Zielführend mit der Presse kommunizieren. Frankfurt am Main: Frankfurt Allgemeine Buch.

Hoppe, Teija; Laine, Tom (2014): Työnhakuopas, mitä, missä, milloin? Estland: Talentum Media Oy.

Janich, Nina (2013): Werbesprache: ein Arbeitsbuch. Tübingen: Narr Verlag.

Nielsen, Martin; Luttermann, Karin; Lévy-Tödter, Magdaléne (2017): Stellenanzeigen als Instrument des Employer Branding in Europa – eine Einführung. In: Nielsen, Martin; Luttermann, Karin; Lévy-Tödter, Magdaléne (Hrsg.) (2017): Stellenanzeigen als Instrument des Employer Branding in Europa. Wiesbaden: Springer VS, S. 11-27.

Schach, Annika (2015): Advertorial, Blogbeitrag, content-strategie & Co.: Neue Texte der Unternehmenskommunikation. Springer Gabler.

Internetquellen

Lufthansa Group (2022): Nachhaltigkeit 2021 Factsheet. <https://www.lufthansagroup.com/media/downloads/de/verantwortung/LH-Factsheet-Nachhaltigkeit-2021.pdf> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

Lufthansa Group (2023): Unternehmensprofil. <https://www.lufthansagroup.com/de/unternehmen/unternehmensprofil.html> (letzter Zugriff am 25.04.2023).

Personalturm (2020): Wie sie die perfekte Stellenanzeige schreiben - Muster, Tipps und checkliste. <https://www.personalturm.de/blog/2020/08/perfekte-stellenanzeige-schreiben-muster-tipps-checkliste.php> (letzter Zugriff am 24.04.2023).

Deutsche Tageszeitungen (undatiert): Infos und Tipps für einen gelungenen Vorspann. <https://www.deutsche-tageszeitungen.de/infos-und-tipps-fuer-einen-gelungenen-vorspann/> (letzter Zugriff am 19.04.2023).

Bibliotheksportal (undatiert): Pressemitteilung. <https://bibliotheksportal.de/ressourcen/management/marketing-baukasten/operatives-marketing/pressearbeit/pressemitteilungen/?cn-reloaded=1> (letzter Zugriff am 02.05.2023).

Textbroker (undatiert): Pressemitteilung. <https://www.textbroker.de/pressemitteilung> (letzter Zugriff am 29.04.2023).

Jyväskylän yliopisto Kielikeskus (undatiert): Uutinen. https://kielikompassi.jyu.fi/opetus/kirjoitus/kirjoituskurssi/tied_uutinen.shtml (letzter Zugriff am 08.05.2023).

Statista (2023a): Mitarbeiterzahl von Austrian Airlines in den Jahren 2012 bis 2022 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/291678/umfrage/mitarbeiter-von-austrian-airlines/> (letzter Zugriff am 08.05.2023).

Statista (2023b): Mitarbeiterzahl der Swiss International Air Lines (SWISS) von 2012 bis 2022 <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/291648/umfrage/mitarbeiter-von-swiss/> (letzter Zugriff am 08.05.2023).

ANLAGEN

Anlage 1: Pressemitteilung von *Lufthansa Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein*, (21.11.2022)



LUFTHANSA GROUP

PRESSEMITTEILUNG

Frankfurt, 21. November 2022

Lufthansa Group stellt 20.000 Mitarbeitende ein

- **Deutschlandweite Recruiting-Kampagne startet am 21. November**
- **Jobangebote in mehr als 45 Berufen**

Die Lufthansa Group sucht neue Mitarbeitende. Bereits im laufenden Jahr hat der Konzern mehrere tausend Menschen „an Bord geholt“ - insgesamt plant das Unternehmen 20.000 Neueinstellungen. In mehr als 45 Berufen warten spannende und interessante Aufgaben auf die künftigen Mitarbeitenden der Lufthansa Group. Gesucht werden vor allem noch Menschen in produktnahen und service-orientierten Bereichen an den Standorten Frankfurt, München, Zürich, Wien und Brüssel sowie an der Technik-Basis Hamburg und an den Standorten der Eurowings Gruppe. Insbesondere im Fokus stehen Techniker, IT-Spezialisten, Juristen, Piloten und Flugbegleiter (jeweils m/w/d). Auch für junge Menschen bietet die Lufthansa Group Perspektiven in vielfältigen Ausbildungsberufen und dualen Studiengängen.

Die deutschlandweite Recruiting-Kampagne startet am 21. November mit insgesamt vier verschiedenen Motiven. Zu sehen und hören ist die Kampagne in Print- Radio- und Onlinemedien sowie auf allen Social-Media-Kanälen. Mit neuen Formaten ist der Bewerbungsprozess an die Bedürfnisse der Interessenten (m/w/d) angepasst worden, beispielsweise mit den bereits laufenden Werbeterminen an den Lufthansa Drehkreuzen in Frankfurt und München. Hier kann die Zusage für den neuen Job noch am selben Tag erfolgen.

Michael Niggemann, Personalvorstand und Arbeitsdirektor der Deutschen Lufthansa AG sagt:

„Wir zeigen deutlich: Die Lufthansa Group blickt voller Ambitionen in die Zukunft. Um an der Spitze der Branche zu stehen, brauchen wir engagierte und motivierte Mitarbeitende für vielfältige Aufgaben und Herausforderungen. Die Unternehmen der Lufthansa Group bieten Perspektiven für die Zukunft mit spannenden Jobangeboten. Menschen, Kulturen und Volkswirtschaften auf nachhaltige Weise zu verbinden ist unser Antrieb. Dafür brauchen wir Verstärkung. Wir haben noch viel vor!“

Interessenten (m/w/d) finden auf lufthansagroup.careers Stellenangebote und weitere Informationen zu den Recruiting-Tagen.

Media Relations

Lufthansa Group
Telefon +49 69 696 2999
lufthansa-group@dlh.de

<http://newsroom.lufthansagroup.com>
<http://lufthansagroup.com/verantwortung>
Follow us on Twitter: @lufthansaNews

A STAR ALLIANCE MEMBER



Medienmitteilung

Zürich-Flughafen, 20. Dezember 2022

Cockpitpersonal

SWISS stellt ab 2023 neue Pilot:innen ein

SWISS wird ab 2023 neue Pilot:innen anstellen und Pilotenschüler:innen ausbilden lassen. Die Ausbildung erfolgt durch die European Flight Academy, die von Lufthansa Aviation Training betrieben wird. SWISS Pilotenschüler:innen profitieren von finanzieller Unterstützung.

Swiss International Air Lines (SWISS) wird im kommenden Jahr nach einer Corona bedingten Pause wieder neue Pilotenschüler:innen rekrutieren und ausbilden lassen sowie 80 bereits von der Lufthansa Aviation Training Switzerland (LAT) ausgebildete First Officer einstellen.

Stefan-Kenan Scheib, Head of Flight Operations von SWISS: «Wir freuen uns sehr, nach zweijährigem Einstellungsstopp nun einer neuen Generation von SWISS Pilot:innen Perspektiven und attraktive Arbeitsplätze über den Wolken bieten zu können und wieder neue Kolleg:innen bei uns begrüßen zu dürfen. Wir möchten jetzt neues Cockpitpersonal ausbilden, um auch in Zukunft Nachwuchs für den Flugbetrieb von SWISS zu sichern.»

Die zweijährige Ausbildung der neuen Pilot:innen erfolgt durch die von der LAT betriebene European Flight Academy (EFA), und findet unter anderem in Grenchen, Opfikon und Goodyear (USA) statt.

Manuel Meier, Geschäftsführer der Lufthansa Aviation Training Switzerland AG: «Jetzt ist der ideale Zeitpunkt für junge Talente, um sich für einen Job im Cockpit zu bewerben. Als Ausbildungsorganisation der Lufthansa Group am Standort Schweiz bieten wir Bewerbern eine qualitativ hochstehende fliegerische Grund- und Weiterbildung mit SWISS Instruktoren und einer Trainingsflotte auf dem neusten Stand der Technik.»

SWISS Pilotenschüler:innen erhalten finanzielle Unterstützung

Interessent:innen sollten über eine abgeschlossene, mindestens dreijährige berufliche Grundausbildung oder eine prüfungsfreie Zulassung für eine Fachhochschule oder universitäre Hochschule verfügen. SWISS Pilotenschüler:innen profitieren von einer finanziellen Unterstützung. Interessierte Bewerber:innen können sich ab sofort bewerben und finden weitere Informationen auf www.swiss.com respektive auf www.european-flight-academy.com.

Swiss International Air Lines (SWISS) ist die grösste Fluggesellschaft der Schweiz. Sie bindet die Schweiz mit Direktverbindungen ab den Landesflughäfen Zürich und Genf an Europa und die Welt an. Dafür setzt die Premiumfluggesellschaft eine der modernsten und CO₂-effizientesten Flotten Europas ein. Ihre Fracht-Division Swiss WorldCargo bietet ein umfassendes Airport-to-Airport-Dienstleistungsangebot für hochwertige, zeitkritische und betreuungsintensive Fracht an. Als Fluggesellschaft der Schweiz steht SWISS für deren traditionelle Werte und verpflichtet sich zu höchster Produkt- und Servicequalität. Sie hat sich zudem zu ambitionierten Klimazielen verpflichtet und plant, bis 2030 ihre Netto-CO₂-Emissionen gegenüber 2019 um 50 Prozent zu reduzieren und bis 2050 CO₂-neutral zu fliegen. Einer ihrer Schwerpunkte ist die Förderung der Nutzung nachhaltiger Treibstoffe. SWISS ist Teil der Lufthansa Group und Mitglied der Star Alliance, dem weltweit grössten Netzwerk von Fluggesellschaften.

Die Lufthansa Aviation Training GmbH (LAT) gehört mit ihrer Kompetenz in der Aus- und Weiterbildung von Cockpit- und Kabinenpersonal an zehn Ausbildungs- und Trainingsstandorten weltweit zu den führenden Unternehmen im Bereich Flight Training. Das Unternehmen hat seinen Hauptsitz am Flughafen München und beschäftigt an allen Trainingsstandorten rund 700 Mitarbeitende. Zum Kundenportfolio gehören über 250 national und international renommierte Airlines, darunter auch die Lufthansa Konzernfluggesellschaften. Am Standort Schweiz durchlaufen jährlich rund 12'000 Absolventen ihre Trainings im Bereich Cockpit und Kabine. Zu den Kunden von LAT Switzerland zählen SWISS, Edelweiss, diverse weitere Fluggesellschaften sowie die Rega und die Schweizer Luftwaffe. Unter der Marke European Flight Academy (EFA) bündelt Lufthansa Aviation Training die Flugschulen der Lufthansa Group.

Die Medienmitteilung finden Sie in unserem [Newsroom](#). Wenn Sie künftig keine Informationen mehr von SWISS Media Relations erhalten möchten, senden Sie bitte eine E-Mail an media@swiss.com.

Kontakt

Swiss International Air Lines Ltd.
Media Relations
P.O. Box, 8058 Zurich Airport
Switzerland
Phone: +41 44 564 44 14
media@swiss.com
[SWISS.COM/media](https://www.swiss.com/media)
Follow us on Twitter: [@LX_Newsroom](https://twitter.com/LX_Newsroom)


Lufthansa Aviation Training Switzerland AG

Media Relations: Sandra Hermann
Cherstrasse 1
8152 Opfikon
Phone: +41 44 564 5811
E-Mail: sandra.hermann@lat.dlh.de
Webseite: www.lufthansa-aviation-training.com
Media Center: www.lufthansa-aviation-training.com/mediacenter

Anlage 3: Pressemitteilung von Austrian: *Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen* (7.12.2022)



Austrian Airlines lädt zum Open Recruiting Day für Flugbegleiter:innen

 AUSTRIAN AIRLINES / 7 DEZEMBER 2022 / UNTERNEHMEN

Home Carrier lädt zu Recruiting Day für Flugbegleiter:innen

- Gesucht werden Voll- und Teilzeit Cabin Crew Members
- Bewerbungen am Samstag, 10. Dezember von 10 bis 18 Uhr im Hilton Vienna Park möglich
- Mitzubringen sind: Lebenslauf, Motivationsschreiben, Abschlusszeugnisse, Passkopie sowie Covid-19 Immunisierungs-Nachweis
- Abgeschlossene Schul- und Berufsausbildung sowie eine EU-Staatsbürgerschaft sind Voraussetzungen

Das Austrian Airlines Team wächst. In nahezu allen Bereichen erfolgen Neueinstellungen und auch für die Betreuung der Fluggäste werden neue Mitarbeiter:innen gesucht. Wer Interesse hat in luftigen Höhen zu arbeiten, ein herzliches, offenes sowie charmantes Profil mitbringt, zudem kundenorientiert und kommunikativ ist sowie Flexibilität und Einsatzbereitschaft zu seinen Stärken zählt, ist beim Open Recruiting Day am Samstag, 10. Dezember ab 10 Uhr im Hilton Vienna Park herzlich willkommen. Ein Mindestalter von 18 Jahren, eine österreichische oder EU-Staatsbürgerschaft sowie eine abgeschlossene Schul- oder Berufsausbildung bzw. ein abgeleiteter Präsenzdienst bei männlichen Bewerbern und ein Nachweis der Covid 19-Vollimmunisierung sind Voraussetzungen.

Gesucht werden Voll- sowie im Rahmen des „Study & Fly“-Programms auch Teilzeit Flugbegleiter:innen. Die achtwöchigen Ausbildungen starten im Jänner sowie Februar im Austrian Trainingscenter am Flughafen Wien-Schwechat. Anschließend starten die frisch gebackenen Cabin Crew Members ihre Flugbegleiter:innen-Karriere auf der Kurz- und Mittelstrecke und können nach rund eineinhalb Jahren ihren Dienst auch auf Langstreckenflügen versehen.

Ein Besuch und eine Bewerbung am Open Recruiting Day sind ohne Anmeldung möglich. Mitzubringen sind Lebenslauf, Motivationsschreiben, Abschlusszeugnisse sowie eine Passkopie und ein Covid-19 Immunisierungs-Nachweis. Weitere Infos zum Flugbegleiter:innen-Job sowie zum Open Recruiting Day am 10. Dezember 2022 ab 10 Uhr im Hilton Vienna Park, am Stadtpark 1, 1030 Wien unter www.austrianairlines.ag/karriere/flugbegleiter.

