

1

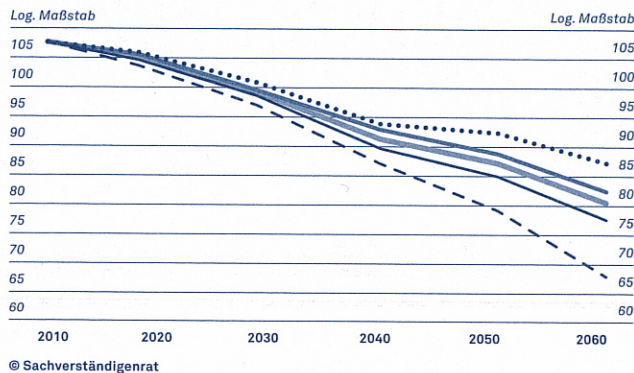
# Schleichender Schwund von Arbeitskräften in der deutschen Wirtschaft

BERLIN (bw) – Das Problem wächst nachhaltig: „DIHK: Fachkräftemangel immer spürbarer“ (FAZ), „Betriebe reißen sich um Schulabgänger“ (Handelsblatt), „Firmen fehlen Fachkräfte“ (Spiegel Online). Geht der deutschen Wirtschaft der Nachwuchs aus?

Der demografische Wandel wird den Arbeitsmarkt in der Bundesrepublik schneller und grundlegender verändern als vielfach bewusst ist. Bundesweit geht die Anzahl der Personen in der Altersgruppe der 19- bis 24-Jährigen bis zum Jahr 2025 um 1,2 Millionen Menschen zurück. In diesen Altersjahren finden Studium und weiterführende Ausbildung statt: Die Elterngeneration (22 und 35 Jahre) schrumpft um mehr als 1 Million bis 2025 – Folge: weniger Eltern gleich weniger Kinder.

Der Trend ist alarmierend: Deutschland ist der kinderärmste Staat Europas, so der Mikrozensus 2010 des Statistischen Bundesamtes. Nur 16,5 Prozent der 81 Millionen Einwohner in der Bundesrepublik sind jünger als 18 Jahre. Zum Vergleich: Im Nachbarland Frankreich liegt der Kinder-

Trend Erwerbspersonen



anteil bei über 22 Prozent. Auch Großbritannien, die Niederlande und die skandinavischen Länder kommen auf einen Anteil von über 20 Prozent, die Türkei sogar auf 31,2 Prozent.

Dass es auf den Arbeitsmärkten der einzelnen Branchen der deutschen Wirtschaft zu dramatischen Engpässen kommt, ist bereits heute spürbar. Allein im Sektor Informationstechnologie fehlen 25.000 Fach-

kräfte. Der Rückgang der Bevölkerung bis zum Jahr 2060 wird die Erwerbsquote von fast 43 Millionen Menschen auf 31 Millionen absenken, so der Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung im Auftrag der Bundesregierung ([www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de](http://www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de)). Weil die deutsche Bevölkerung schrumpft und gleichzeitig der Anteil der Älteren ständig zunimmt, wird die Erwerbsbevölkerung immer knapper: Dem deutschen Arbeitsmarkt gehen die jüngeren Arbeitskräfte aus. Um sie entbrennt ein heftiger und teurer Wettbewerb der Arbeitgeber in allen Bereichen – also auch in der Spezialistenbranche der Kommunikationswirtschaft.

2

# Werbung lernen. Weiterbilden. Aber wo?

BERLIN (bw) – Praxisnahes Wissen in Sachen Markt-Kommunikation und Weiterbildung in Sachen Werbung sind Trümmer im Arbeitsleben der Kreativwirtschaft. Der ZAW\* bietet unter seinem Dach ein deutschlandweites Bildungsnetzwerk: die *Konferenz der Akademien für Kommunikation, Marketing, Medien (KdA)*. Ihre zehn Stätten an bundesweit elf



Standorten haben sich auf einheitliche Bildungsqualität verpflichtet und auf Praxisorientierung ihrer Studienangebote. Kurzportraits (wie Beschreibung der Studiengänge/Dauer/Voraussetzungen) im *ZAW\*-Jahrbuch Werbung in Deutschland 2011* im Abschnitt ‚Werbeberufe‘ auf den Seiten 90 bis 103. Bezug: [www.zaw.eu](http://www.zaw.eu) > *Services* > *Literatur*