

d zaubern

r die Kommunikationsbranche bleiben



Leere Schreibtische
gibt es bei vielen Unternehmen aufgrund von Entlassungen und Kurzarbeit – aber auch, weil beispielsweise im Bereich Online trotz Krise die Fachkräfte fehlen

turen Kurzarbeit nutzen und dies offen kommunizieren, zeigt, dass sie genauso professionell mit Krisen umgehen wie Unternehmen anderer Branchen.“

Bei einigen liegt hier vieles im Argen, wie beispielsweise die Auseinandersetzung zwischen Unternehmensführung und Redaktionsbeiräten bei Gruner + Jahr zeigt. Von einem partnerschaftlichen Miteinander kann in solchen Fällen sicher nicht mehr gesprochen werden – und das ist bestimmt kein Einzelfall.

Teuer werden dann nicht nur juristische Auseinandersetzungen vor dem Arbeitsgericht und die daraus resultierenden Abfindungen, sondern auch zunächst

WORTE DES JAHRES

„Die Fehler der letzten Krise haben zu einem Imageverlust der gesamten Branche geführt. Das darf sich nicht wiederholen.“

*Dagmar Hübner, Inhaberin
The People Business, Frankfurt*

„Studenten werden immer professioneller und wollen sich nicht mehr als Generation Praktikum behandeln lassen.“

*Hansjörg Zimmermann, Inhaber
Das Goldene Vlies, München*

„Wir befinden uns in einem bildungspolitischen Notstandsprogramm.“

*Bernd Kracke, Präsident
Hochschule für Gestaltung Offenbach*

„In der aktuellen Kritik am Bachelor-System zeigt sich die Verteidigung alter Bildungseliten, die damit ihren eigenen Bildungsgang festschreiben wollen.“

*Joachim Scheurer, Kanzler
Macromedia Hochschule für Medien
und Kommunikation, München*

„Wenn man die Universitäten ansteuert, die nicht speziell für die Belange der Kommunikationsbranche ausbilden, gehören Agenturen