

Umfrage: Fachkräftemangel beschäftigt die Medien- und Kreativwirtschaft

medianet berlinbrandenburg

Gewinnung und Entwicklung von Fachkräften ist für jedes zweite Unternehmen unter den drei Top-Themen für die kommenden 12 Monate, so die Umfrageergebnisse des 20. medien.barometers 2022/23.

Eigentlich war es ein positives Zeichen, dass die Kultur- und Kreativwirtschaft Anfang des Monats aussendete, als die Ergebnisse des 20. medien.barometers 2022/23 vorgestellt wurden: Trotz der aktuellen Unsicherheiten mit Bezug auf Energiekrise, Inflation und Krieg in der Ukraine haben der Umfrage zufolge im letzten Jahr circa die Hälfte aller Unternehmen ihr Personal aufgestockt oder planen dies in den kommenden Monaten. Besonders in den Bereichen IT und Software/Games/Digitale Wirtschaft sieht man optimistisch in die Zukunft.

Der Fachkräftemangel ist allerdings auch in der Kultur- und Kreativwirtschaft deutlich spürbar und viele der teilnehmenden Unternehmen beklagten Probleme bei der Besetzung von Stellen. Vielfach wurden Freelancer oder Quereinsteiger integriert oder internationale Fachkräfte rekrutiert, um den Personalmangel oder fehlende Kompetenzen auszugleichen.

Neue Stellenprofile ohne adäquate Ausbildung, administrative Hürden für internationale Fachkräfte

Besonders bemängelten einige Umfrageteilnehmer, dass es heute Stellenprofile gebe, für die es keine adäquaten Studiengänge gäbe. In noch stärkerem Maße beträfe das die Duale Ausbildung. Vielfach setzen die Unternehmen auf interne

oder externe Weiterbildung sowie Trainee-Programme.

Auch hinsichtlich der Rahmenbedingungen zur Beschäftigung internationaler Fachkräfte wünschte sich eine Mehrheit aller befragten Unternehmen die Vereinfachung von Verwaltungsprozessen und eine bessere Wohnungssituation.

Bei der anschließenden Podiumsdiskussion mit Staatssekretär Michael Biel, UFA-Geschäftsführer Joachim Kosack und Prof. Dr. Agnes Schipanski von der SRH Berlin wurden Potentiale bei der engeren Verzahnung wirtschaftlicher und technologischer Fachrichtungen mit kreativen Bereichen gesehen. Zudem könne eine Mischung aus dualen Studiengängen, klassischen Ausbildungsmöglichkeiten und systematisierten Quereinstiegsprogrammen die Filmwirtschaft voranbringen.

20. medien.barometer 2022/23: Download- und Videolink

An der Umfrage zum 20. medien.barometer 2022/23 haben nach Angaben von medianet berlinbrandenburg 272 Unternehmen aus der Berliner und Brandenburger Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft teilgenommen. Die Befragung lief zwischen dem 22. September und 17. November 2022.

- [Download](#) der Umfrageergebnisse
- [Youtube-Video](#) der Panel-Diskussion

-AB

[PDF anzeigen](#)