

## „Das ist totaler Irrsinn“

**Mindestlohn:** Wichtigster Einstiegsweg in die Kommunikation wird für Absolventen wegfallen

Von Eva-Maria Schmidt

**W**olf Ingomar Faecks ist sauer. „Die geplante Mindestlohnregelung für Praktikanten ist totaler Irrsinn“, schimpft der Präsident des Gesamtverbands Kommunikationsagenturen GWA. Irrsinnig findet er den von Arbeitsministerin Andrea Nahles (SPD) eingebrachten Gesetzentwurf vor allem, „weil er ein funktionierendes System zerstört, das Absolventen und Quereinsteigern ermöglicht, sich beruflich zu orientieren“. Schließlich sei das bei Agenturen übliche, bis zu sechsmonatige Praktikum nicht dazu da, junge Menschen auszubeuten und mit günstigen Arbeitskräften ein Geschäftsmodell zu optimieren, sondern um den Übergang vom Studium ins Berufsleben zu gestalten.

Wird der Gesetzentwurf der großen Koalition Realität, gilt der Mindestlohn von 8,50 Euro pro Stunde für Praktikanten, die länger als sechs Wochen freiwillig ein Praktikum absolvieren. Damit müssten die Agenturen einem Hospitanten, der 40 Stunden pro Woche arbeitet, knapp 1400 Euro pro Monat statt wie bisher etwa 300 bis 600 Euro zahlen.

Angesichts der Zahl von Praktikanten, die Agenturen beschäftigen, käme auf viele Dienstleister eine enorme zusätzliche Summe zu ihren insgesamt bereits hohen Personalkosten hinzu. Deutsche



Fürchtet Konsequenz: GWA-Chef Wolf I. Faecks

Wird nichts ändern: Agenturchef Michael Schipper

Werbeagenturen haben laut Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft im vergangenen Jahr in Stellenmärkten 824 Praktikantenstellen ausgeschrieben – soweit die offizielle Zahl. Die „Dunkelziffer“ dürfte deutlich höher sein, da die meisten Offerten über Initiativbewerbungen, persönliche Netzwerke und Kontakte in Hochschulen besetzt werden.

Dass sich nicht alle Agenturen an die von ihren Branchenverbänden vorgeschlagene Vergütung der Praktika halten und Dumpinglöhne zahlen, weiß Faecks: „Aber das ist nicht die Mehrheit“, sagt der GWA-Präsident. Allerdings werde die Mehrheit der Agenturen ihre Praktikum-

stellen streichen, sollte der Mindestlohn wie geplant eingeführt werden: „Vor allem kleinere Agenturen können sich das nicht leisten und viele wollen auch nicht 1400 Euro pro Monat an Praktikanten zahlen“, berichtet der Verbandschef. Gleiches gilt auch für andere Arbeitsgebiete in der Kommunikationsbranche wie etwa die Filmproduktion, deren „äußerst angespannte wirtschaftliche Lage es schlicht nicht zulässt, dass Nachwuchskräfte in der Ausbildung so bezahlt werden wie Arbeitnehmer in anderen Branchen“, so Alexander Thies, Vorstandsvorsitzender der Produzentenallianz, die rund 220 Unternehmen vertritt.

Wie viele Praktikumsstellen in Deutschland insgesamt wegfallen dürfen, zeigt eine Umfrage unter 570 Arbeitgebern aller Branchen zum Thema Mindestlohn und Praktikanten: Fast jede zweite von Index Internet- und Mediarforschung befragte Firma plant, in Zukunft ganz auf diese Stellen zu verzichten, etwa jede vierte will auf Praktikanten ausweichen, die nicht von der Mindestlohnpflicht erfasst werden. Schaden wird das vor allem den Praktikanten, ist sich Faecks sicher: „Ihnen wird der Einblick in ein spannendes Berufsfeld und ein Teil ihrer Berufsausbildung verwehrt.“ Das glaubt unter anderem auch Michael Koch, Geschäftsführer bei GKK Dialog Group: „Praktikanten sind kein Ersatz für angestellte Mitarbeiter. Agenturen investieren bei ihnen in die praxisorientierte Aus- und Weiterbildung und nicht in eine billige zusätzliche Arbeitskraft. Ein Mindestlohn würde den finanziellen Rahmen für ein solches Engagement sprengen.“ Es gibt aber auch Agenturchefs, die das anders sehen, wie etwa Michael Schipper, Geschäftsführer bei Schipper Company, der durch den geplanten Mindestlohn für Praktikanten keine Veränderung erwartet: „Wenn jemand seine Berufsausbildung abgeschlossen hat, startet er ohnehin als Junior. Das dazwischengeschobene Praktikum ist doch nur der Versuch, verbilligt einzustellen, und hat mit dem klassischen Praktikum nichts mehr zu tun.“

### LfM warnt vor A von TV-Zuschau

Die Landesanstalt für Medien warnt einen besseren Datenschutz beim TV-Standard habe erhebliche Schwächen. Der Kanal ermöglicht den TV-Sendern individuelle Nutzungsverhalten erfassen, auszuwerten und zu bilden. Da alle großen Abrufe via Google Analytics erhält auch Google Information über Seh- und Nutzungsverhalten.

### Toffifee gibt es jetzt auf Facebook

Mit Toffifee wagt sich die Marke in die sozialen Netzwerke. Die Marke hat nun eine zweite Hausnummer. Auf dem bislang unmoderierten Facebook-Kanal soll es nun mehr werden. Lautet: „Toffifee bringt Merks Geborgenheit zusammen.“ Auftritt von der Berliner Brand.

### Radio aktiviert Online-Zielgruppe

Ein weiteres Mal stellt Radio unter Beweis. Diesmal für ein Navigationssystem von Da. Radiospots simulierten unter Verlage von Das Telefon Straßeninterviews zur Funkkampagne lief vom 19. August 2013 via Online urde im Rahmen des At