

**Prof. Dr.  
Ursula M. Staudinger**

*„Die Werbebranche ist kreativ. Das grenzt aber oft vom Image her an das Künstlerische, da wird nicht gern über Geld geredet, da will man sich verwirklichen.“*

*Seit 10 / 2003 ist Ursula M. Staudinger Vice President der IUB und Academic Dean des Jacobs Center on the Study of Lifelong Learning der Jacobs University Bremen. Ihre Forschungsinteressen beziehen sich u.a. auf die Erforschung von Reserven und Potenzialen lebenslanger Entwicklung (Resilienz, Plastizität), Altern und Produktivität, intergenerationelle Beziehungen, die Entwicklung von Lebenseinsicht, Lebensgestaltung und Weisheit über die Lebensspanne.*



#### Round Table Berlin

Prof. Dr. Ursula M. Staudinger, Jacobs University Bremen, referierte bei der GWA Jahresmitgliederversammlung zum Thema „Wir werden alle älter! Person, Betrieb und Markt als Aspekte des demografischen Wandels.“ Darauf folgte ein Round Table „Meine Zukunft – arbeiten in der Marketing- und Kommunikationsbranche“. Teilnehmer des GWA Kompetenz-Programms, der GWA Junior Agency sowie eine Studentengruppe der UDK (Universität der Künste) Berlin, die im Rahmen ihrer Diplomarbeit ein Kommunikationskonzept für die Nachwuchsansprache des GWA entwickelt hat, berichteten von ihren Erfahrungen aus dem Agentur-Alltag. Als Experten saßen – neben Ursula Staudinger – Dr. Henning von Vieregge, GWA, Hartmut Scheffler, TNS Infratest, und Ingo Müller, FOCUS, den Youngstern gegenüber.

Die Teilnehmer waren sich einig: Marketing- und Kommunikationsthemen bieten ein spannendes Arbeitsfeld. So spannend, dass man von Zeit zu Zeit

auch Stress und lange Arbeitszeiten in Kauf nimmt.

Hartmut Scheffler riet den Jugendlichen, ihre Karriere anders als früher in Etappen zu planen. „Es geht nicht um Lebens-, sondern um Phasen-Entscheidungen“, bestätigte auch Ursula Staudinger, die sich als Dekanin des Jacobs Center on the Study of Lifelong Learning and Institutional Development mit der Erforschung von Reserven und Potenzialen lebenslanger Entwicklung beschäftigt.

An der Planung dieser Phasenentscheidungen setzte das Diplomprojekt der UDK an. Marion Mangold, UDK, gab zu bedenken, dass es zwar ein breites Informationsangebot für Einsteiger in die Kommunikationsbranche, online und in gedruckter Form, gäbe, aber eben oft sehr einseitig. Was fehle, sei Transparenz.

Das UDK-Team hat eine Online-Plattform – [www.kommunikarriere.de](http://www.kommunikarriere.de) – entwickelt, die Einsteigern nicht nur Informationen zur Arbeit in der Kommunikationsbranche bietet, sondern auch Austausch untereinander zulässt. „Der GWA greift 2008 die Vorschläge des UDK-Teams auf“, so Henning von Vieregge.

**Round Table mit Studenten und Berufseinsteigern: Die Branche hat Zukunft. Aber die Attraktivität des Arbeitgebers „Agentur“ muss verteidigt werden.**

