

Vortrag Dr. Ralf Pieterwas zum Thema:

**„Der Demografische Wandel und seine Auswirkungen
auf die Wirtschaft in Thüringen“**

Im Prinzip ist die Beschäftigung mit demografischen Prozessen eine befriedigende, weil relativ einfache und mit ausschließlich bekannten Eingangsgrößen versehene Sache. ...

Man benötigt, um die Wachstumsrate der Bevölkerung zu beurteilen, lediglich die Geburtenrate und die Zahl der Zuwanderungen einerseits sowie die Sterberate und die Zahl der Abwanderungen andererseits. Und damit sind die maßgeblichen Stellschrauben auch genannt, um die unangenehmen Trends für Deutschland und Thüringen wenn auch nicht umzukehren so doch abzuflachen. Meine Aufgabe ist es nicht, über Maßnahmen der Erhöhung der Geburtenrate zu spekulieren, wenngleich ich neben persönlichen Dispositionen auch Politik und Wirtschaft in der Pflicht sehe, entsprechende Rahmenbedingungen für Familien zu schaffen, die die Fertilität beflügeln. Ohne weiter einzusteigen, will ich jedoch auf neue soziologische Studien der LMU München reflektieren, die einen signifikanten Zusammenhang zwischen Fertilität und Bildungsgrad junger Frauen nachweisen, d. h. je höher der Bildungsgrad potenzieller Mütter desto geringer der Kinderwunsch. Auch die daraus folgende bildungspolitische Diskussion möchte ich heute nicht führen.

Eine der vier genannten Stellschrauben, nämlich die der Zuwanderung, möchte ich dennoch beleuchten. In der Literatur wird der Zuwanderung unter demografischen Aspekten zumeist eine untergeordnete Rolle zugewiesen. Nach einer älteren UN-Studie „Replacement Migration“ müssten, um die Erwerbsbevölkerung in Deutschland konstant zu halten, in den nächsten 50 Jahren fast 25 Millionen Menschen einwandern. 180 Millionen Einwanderer wären nötig, um den Altenquotienten, d. h. das Verhältnis der über 65jährigen zu den Erwerbstätigen, dauerhaft zu stabilisieren.

Letzteres ist natürlich völlig illusorisch, eine gesteuerte Zuwanderung von jährlich 500 000 Fachkräften scheint mir mit reformierter Einwanderungspolitik und den gewonnenen Freiheitsgraden der Arbeitnehmerfreizügigkeit in der Europäischen Union durchaus erreichbar. Dies vor dem Hintergrund, dass zum Beispiel im Jahre 2008 682 000 Menschen nach Deutschland eingewandert sind.

Natürlich muss es darum gehen, dass Fachkräfte zuwandern, eine Bewertung der Qualifikation der Zuwanderer wird dringend gebraucht, das Gesetz zur Anerkennung ausländischer Berufsabschlüsse ist am Start, ab 1. April 2012 werden voraussichtlich die IHKs sowie andere Kammern und Institutionen die Gleichstellung ausländischer Berufsabschlüsse mit heimischen Berufen vornehmen. Ein Schritt in die richtige Richtung, auch unter dem Aspekt der Folgenminderung demografischer Effekte.

Insgesamt bedingen niedrige Geburtenziffer und steigende Lebenserwartung für Deutschland nur einen begrenzten Rückgang der Gesamtbevölkerung. Für Thüringen, das den demografischen „Osteffekten“ wie Geburtenknick und Abwanderung unterliegt, sind die Prognosen düsterer. Möglicher Bevölkerungsrückgang um 8,9 % in den nächsten 10 Jahren, weiterer Rückgang auf 1,84 Millionen Einwohner bis zum Jahr 2030. Mit 1,8 Millionen Einwohnern im Jahr 2030 wird Thüringen ähnlich viele Einwohner haben wie die Stadt Hamburg heute. Anders als ein Ballungszentrum muss Thüringen seine Einrichtungen jedoch in der Fläche bereithalten. Es ist absehbar und vollzieht sich bereits, dass sich die Auslastung von Kindertagesstätten, Schulen, Berufsschulen, Behörden und anderen öffentlichen Einrichtungen deutlich verringern wird. Es ist daher erforderlich, bereits heute Funktionen zusammenzufassen, damit die staatlichen Strukturen des Freistaats auch in Zukunft noch finanzierbar sind. Verstärkte Kooperationen der Gebietskörperschaften sind das Gebot der Stunde und finden im Bereich des Berufsschulnetzes inzwischen statt, bei aller Zustimmung zur Zusammenlegung von Berufsschulklassen unter Kosten- und Auslastungsgesichtspunkten. Landkreisübergreifende Einzugsbereiche der Berufsschulen müssen mit Ganztagsangeboten bzw. mit synchronisierten Angeboten des öffentlichen Nahverkehrs unterlegt werden, Berufsschüler haben in der Regel aufgrund ihres Alters weder Führerschein noch Fahrzeug.

Unternehmen in der Fläche Thüringens haben durch die Zusammenlegung von Berufsschulklassen inzwischen erhebliche Probleme, Azubis zu binden, weil einfach der Weg zur Berufsschule von den Jugendlichen nicht mehr akzeptiert wird. Das muss neben den richtigen Effektivitätsüberlegungen beachtet werden.

Es gibt den Markt betreffende Auswirkungen der demografischen Entwicklungen, die von der Wirtschaft ohne Zutun der Politik kompensiert werden. Die ältere Generation wird als Nachfragefaktor immer wichtiger. Sie verfügt über beträchtliches finanzielles Potenzial und hohes Vermögen. Nach einer Untersuchung des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn werden 63 % der Unternehmen ihre Produkte zur Gewinnung bzw. Erhaltung älterer Kunden anpassen, 43 % planen die Entwicklung völlig neuer Produkte für die Zielgruppe. Etwa 30 % wollen Lokalitäten und Vertriebswege auf ältere Kunden adaptieren. Mobile Verkaufseinrichtungen, Hausbesuche und das inzwischen gestartete Online-Geschäft mit Lebensmitteln und Frei-Haus-Lieferung könnte Dienstleistungs- und Einzelhandelsstrukturen verändern. Kommunen sollten diese Entwicklungen beobachten und befördern und keinesfalls mit dogmatischen Stadtentwicklungskonzepten, deren Durchsetzung unter finanziellen und Marktaspekten fraglich erscheint, behindern.

Die Unternehmen werden zudem auf den Rückgang der Zahl der Erwerbstätigen in Thüringen wie in Deutschland reagieren müssen.

Die Ausweitung von Produktionskapazitäten kann möglicherweise nicht mehr in Deutschland stattfinden und muss im europäischen Ausland erfolgen. Das muss kein Unglück sein, wenn die Hauptstandorte in Deutschland durch den Mittelstand gehalten werden – im Gegenteil, diese Strategie fördert die europäische Kohäsionspolitik. Auch unter Energiekostengesichtspunkten, verursacht durch die überhastet eingeleitete Energiewende, wird zusätzlicher Handlungsdruck erzeugt, neue Produktionskapazitäten im Ausland und nicht mehr in Deutschland zu errichten. Erste öffentliche Ankündigungen von namhaften Unternehmen in Thüringen in dieser Richtung gibt es bereits.

Allerdings machen sich Probleme bei der Stellenbesetzung in Thüringen erst bei einem Drittel der Unternehmen bemerkbar.

In einer Umfrage der drei Thüringer IHKs unter mehr als 3 000 Thüringer Unternehmen haben wir den Unternehmen folgende Frage gestellt: Können Sie in Ihrem Unternehmen derzeit offene Stellen längerfristig (mehr als 2 Monate) nicht besetzen? Falls ja, wie viele offene Stellen? Wir veröffentlichen die Ergebnisse der Umfrage in den nächsten Tagen. Soviel möchte ich aber bereits jetzt verraten:

31 % der Thüringer Unternehmen konnten ein bis drei Stellen nicht besetzen, 7 % hatten Probleme bei der Besetzung von vier und mehr Stellen.

Ähnliches spielt sich im Bereich der Erstausbildung ab. Unternehmen akzeptieren sehr viel öfter als noch vor 2 bis 3 Jahren schlechte Zensuren in den Hauptfächern und machen den Versuch, Bildungsdefizite im Unternehmen auszugleichen – die ausbildungsbegleitenden Hilfen der Agentur sind dazu ein adäquates Unterstützungsinstrument. Nach einschlägigen Untersuchungen gehen inzwischen 84 % der Unternehmen Kompromisse ein, wenn es um die Ausbildungseignung und entsprechende Kompetenzen der Jugendlichen geht.

Immer öfter scheitern Versuche der Unternehmen, überhaupt einen Azubi zu finden. Die Entwicklung unserer Lehrstellenbörse belegt das eindrucksvoll. Im Jahr 2006 enthielt die Lehrstellenbörse unserer Kammer zu Ausbildungsbeginn Anfang September noch 32 Angebote, d. h. nahezu alle suchenden Unternehmen wurden bedient. Seither hat sich diese Situation grundlegend verändert. Am 01.09. dieses Jahres hatten wir noch 236 unbesetzte Ausbildungsplätze in der Lehrstellenbörse. Allein 48 Ausbildungsplätze in den Metallberufen. Gesellschaftlich braucht man diese Situation nicht zu beklagen, erhalten doch auch leistungsschwächere Jugendliche in der Wirtschaft eine Chance und die Bugwelle der sogenannten Altbewerber konnte deutlich reduziert werden.

Hinsichtlich der Zahl der Schulabgänger befinden wir uns, bezogen auf den wendebedingten Geburtenknick, inzwischen am unteren Scheitelpunkt. In unserem IHK-Bezirk sank die Zahl der Schulabgänger seit dem Jahre 2000 um zwei Drittel und liegt in diesem Jahr mit 2 400 auf dem Tiefpunkt.

Ab kommendem Jahr wird die Zahl der Schulabgänger dann wieder um jeweils 7 % jährlich steigen. Dennoch müssen sich Unternehmen eine Menge einfallen lassen, um den Fachkräftenachwuchs über Ausbildung zu sichern. Wir beobachten verstärkte Kooperationen mit Schulen, ein größeres Angebot an Schülerpraktika und Ferienarbeit, die Qualität der Beteiligung an den Berufsinformationsmessen von IHK und Kommunen hat deutlich zugenommen, echte werthaltige Zusatzleistungen für Azubis wie Wohnungen am Betriebsort und Zuschläge zur Ausbildungsvergütung bei besonderem Engagement sind im Kommen.

Gestatten Sie mir eine letzte Bemerkung zur Verfügbarkeit von Fachkräften. Natürlich sind letztlich die Unternehmen selbst für ihre Fachkräfte verantwortlich. Dennoch kann das Land dieses Thema strategisch stärker unterstützen als bisher. Thüringen könnte – zum Beispiel über die bestehenden EuropaServiceBüros oder die Thüringer Agentur für Fachkräftegewinnung – in Ländern mit hoher Jugendarbeitslosigkeit wie Spanien strategische Akquisition betreiben. Gelingt es, junge Spanier für Thüringen zu interessieren, dann wäre zugleich der spanischen und der Thüringer Wirtschaft geholfen. Das wäre nachhaltige Europapolitik mit Gewinnern auf allen Seiten. Natürlich müssen derartige Projekte im Sinne der Nachhaltigkeit als Basis Sprachmodule für das Erlernen der deutschen Sprache beinhalten. Die Sprachausbildung muss anfangs sogar im Zentrum stehen. Dies wird belegt durch Umfrageergebnisse des IfM Bonn, wonach 68 % der befragten Unternehmen angeben, dass unzureichende Deutschkenntnisse sowie bei 51 % sprachliche Hürden bei der Personalsuche die Haupthemmnisse für die Suche und Einstellung ausländischer Arbeitnehmer darstellen. Gerne stehen wir als Kammern als Kooperationspartner zur Entwicklung eines solchen Projektes bereit.

Wenn ich nunmehr auf das steigende Durchschnittsalter der Belegschaften in unseren Unternehmen als konkrete demografische Auswirkung zu sprechen komme, dann ist das für Sie nichts Neues. Ich möchte aber einen Aspekt näher beleuchten, auf den Herr Bert Rürup in einer Rede bereits 2005 abgestellt hat. Er hat herausgearbeitet, dass die sogenannte fluide Intelligenz, die die Voraussetzung für technische und wissenschaftliche Leistungen darstellt – neurologisch bedingt – ab dem 30. Lebensjahr abnimmt.

Das bedeutet für Unternehmen mit wachsendem Altersschnitt Produktivitätsverlust und nachlassende Innovationsfähigkeit.

Dies könnte aus meiner Sicht der wichtigste demografisch bedingte Druckpunkt für die Thüringer Wirtschaft werden. Thüringen könnte in der Aufholjagd zu den alten Bundesländern in der Schlüsselposition Produktivität weiter an Boden verlieren, wenn es nicht gelingt, den ordentlichen Unternehmensbestand mit eigenen innovativen Produkten mit entsprechender Preisdurchsetzungskraft am deutschen und internationalen Markt besser zu platzieren. An diesem Thema hängen die unseligen Diskussionen zu Lohnabstand und Billiglohnland zu Unzufriedenheit und Abwanderung. Solange wir die Produktivitätslücke nicht schließen können, verhallen alle Appelle des Wirtschaftsministers zu Bezahlung auf Westniveau im Nirwana. Wenn der Minister gerade dabei ist, die Fördersystematik umzustellen, muss die Bekämpfung der Produktivitätslücke die absolute Führungsgröße sein. Der Aufbau von Forschungs- und Entwicklungsabteilungen sowie Vertriebsstrukturen für internationale Märkte sowie eine bürokratiearme Innovationsförderung müssen künftig den Kern der Wirtschaftsförderung für KMU bilden. Und Innovationen müssen dort unterstützt werden, wo sie stattfinden, in den Unternehmen unabhängig von der Branche.

Weil sich Assoziationen und Image langsamer ändern als die Realität, benötigt man in der modernen Welt Marketing. Thüringen braucht im Rest der Republik ein anderes Image als das von Bratwurst und roter Laterne. Wir sind ein Industrieland, in dem nahezu die Hälfte der Wirtschaftsleistung durch Industrie und industrienaher Dienstleistungen erbracht wird und hervorragende Unternehmen das Rückgrat Thüringens bilden. Thüringen braucht dieses Image nicht nur in der Außensicht, sondern auch bei den Menschen in Thüringen. Wenn wir in der Schule für das Leben lernen, wie es so schön heißt, dann ist es eine wesentliche Aufgabe für unsere Pädagogen, den Schülern zu vermitteln, dass es cool ist, in Thüringen zu leben. Und deshalb muss bereits in der Schule unseren Kindern gezeigt werden, wie technologisch hochmodern, sauber und leise der Metallbetrieb im Gewerbegebiet um die Ecke ist. Das bedarf aber auch Lehrer, die davon Kenntnis haben und selbst für die Thüringer Wirtschaft brennen. Das ist eine Hürde, die in Thüringen noch genommen werden muss.

Marketing für Region und Wirtschaft ist ein langwieriger Prozess. Die IHK Südthüringen hat selbst vor einigen Jahren die Initiative dazu ergriffen. Wir und unsere Partner nennen dieses Marketing Regionalmarketing Thüringer Wald, denn wir möchten das Image nach Innen und nach Außen für eine Region verbessern, die man zwar auf der Wetterkarte findet, die aber viel zu wenig mit Wirtschaftsstandort und hoher Lebensqualität assoziiert wird.

Wir haben daher in den vergangenen Jahren verschiedene Projekte initiiert. Das jüngste Kind heißt t-wood, unsere Jugendkampagne. Freunde, Partys, Jobs – mit diesem Motto wollen wir die Jugendlichen ansprechen, ohne selbst in Erscheinung zu treten. Mit einem Rockfestival in der Rennsteig-Arena haben wir in diesem Jahr den Auftakt vor mehreren Tausend Gästen gesetzt. Mit einer eigens gestalteten Internetplattform versuchen wir nun die Bindung der Jugendlichen. Gerade ist außerdem die erste Ausgabe eines Jugendmagazins erschienen, das kostenlos gedruckt und als E-Book an die Jugendlichen verteilt wird.

Mit der Langen Nacht der Industrie haben wir einen Schritt unternommen, einige unserer hidden champions bekannter zu machen. Über 300 Teilnehmer waren am 22. Juni 2011 dabei und haben sich auf sieben Touren durch 14 teilnehmende Unternehmen führen lassen. Wegen der guten Resonanz setzen wir dieses Projekt im kommenden Jahr fort.

Der von uns ins Leben gerufene DAK-Firmenlauf Thüringer Wald ging dieses Jahr bereits in die zweite Runde. Mit über 1 000 Teilnehmern und ebenso vielen Fans ist er bereits heute die größte Netzwerkparty hier in der Region. Durch professionelle Medienbegleitung können wir mit diesem Event den Menschen in der Region vermitteln, was es für tolle Jobs und Unternehmen im Thüringer Wald gibt.

Der Spiegel schrieb vor zwei Wochen im Zusammenhang mit der Auswertung der Glücksstudie der Deutschen Post AG: „Der Thüringer hat den Thüringer Wald und die Thüringer Rostbratwurst, aber wenig Geld, wenig Arbeit, wenig Gesundheit, wenig Kultur und oft den Blues.“ Das ist das Bild Thüringens in der Außenwahrnehmung, aber auch bei den Menschen in Thüringen. Natürlich ist dieses Bild von Thüringen in wichtigen Punkten falsch. Aber gegen dieses falsche Bild kann man etwas tun.

Drei mal die Woche in die Zeitung zu schreiben, dass die Einführung des Mindestlohnes in Deutschland das Niedriglohnimage Thüringens aufheben würde, ist dagegen kontraproduktiv. In Thüringen bekommen 3 % der Beschäftigten ohne Arbeitgeberanteile an SV-Beiträgen maximal 500 €, in den alten Bundesländern sind es 2 %; 10 % erhalten in Thüringen nicht mehr als 1.000 € - in den alten Bundesländern sind es 8 %. Die Diskussion um einen Mindestlohn ist damit ein klares bundespolitisches Thema und nicht die Ursache der Probleme in Thüringen. Seitens des Wirtschaftsministeriums den Eindruck zu erzeugen, Thüringen würde nur aus Zeitarbeit und prekärer Beschäftigung bestehen, ist grundfalsch und gerade unter Abwanderungsaspekten nicht nachvollziehbar. Zudem steht die Aussage in krassem Missverhältnis zur Kampagne „Das ist Thüringen“, in der auf Hochglanzpapier Thüringen als toller Standort vermarktet wird. Solch divergierende Botschaften von den gleichen Protagonisten machen Thüringer Politik unglaubwürdig und verunsichern die Menschen. Ins Innenmarketing gehört durchaus, dass die Löhne in der Industrie Thüringens im letzten Jahr um 4 % gestiegen sind, dass die Arbeitslosenquoten gerade hier in Südthüringen mustergültig sind und dass die Theaterdichte ihresgleichen in Deutschland sucht. Und gerade von den Ministern in diesem Land muss man erwarten, dass sie Verantwortung zeigen für Thüringen und aufhören, aus Gründen bundespolitischer Effekthascherei den Standort zu beschädigen.

Lassen Sie mich zusammenfassen. Die Unternehmer in Thüringen assoziieren mit den demografischen Veränderungen einen einsetzenden Mangel an Fachkräften, sie erwarten steigende Personalkosten durch die stärkere Bedienung der Sozialsysteme, sie beobachten bereits jetzt eine starke Alterung der Belegschaft und einen Mangel an Auszubildenden. Ebenso werden steigender Fortbildungsbedarf und schwindende Innovationskraft erwartet.

Dass auch für Unternehmen ein Ansteigen kommunaler Gebühren und Kosten zu erwarten sein dürfte, was den Standort sicher nicht stärkt, werden wir heute sicher noch hören.

Einige der genannten Auswirkungen des demografischen Wandels auf die Wirtschaft habe ich beleuchten können. Weitere Aspekte bleiben den weiteren Vorträgen und Workshops des Tages vorbehalten - aber vor allem dem gemeinsamen Handeln von Politik und Wirtschaft in Thüringen.