



**Betreff:**

öffentlich

**Entwicklungskonzept zur Stärkung des Branchenkompetenzfeldes Medien mit dem räumlichen Schwerpunkt Medienstadt Babelsberg und Schwerpunkte der Umsetzung dieses Konzepts durch die Landeshauptstadt Potsdam**

**bezüglich  
DS Nr.:**

Erstellungsdatum 11.11.2010

Eingang 902: 11.11.2010

Einreicher: Bereich Wirtschaftsförderung

**Beratungsfolge:**

Datum der Sitzung

Gremium

01.12.2010 Stadtverordnetenversammlung der Landeshauptstadt Potsdam

**Inhalt der Mitteilung:**

Die Stadtverordnetenversammlung nimmt zur Kenntnis:

Entwicklungskonzept zur Stärkung des Branchenkompetenzfeldes Medien mit dem räumlichen Schwerpunkt Medienstadt Babelsberg und Schwerpunkte der Umsetzung dieses Konzepts durch die Landeshauptstadt Potsdam

**Beratungsergebnis**

Zur Kenntnis genommen:

Gremium:

Sitzung am:

zurückgestellt  zurückgezogen

überwiesen in den Ausschuss:

Wiedervorlage:

Büro der Stadtverordnetenversammlung



## **Anlass und Ziel**

Die Medienwirtschaft ist einer der bedeutendsten und imagerträchtigsten Wirtschaftsbereiche in der Landeshauptstadt Potsdam. Basierend auf einer fast einhundert jährigen Tradition am Standort Babelsberg, ist diese Branche zugleich modern und innovativ. Heute sind hier mehr als 3.500 Beschäftigte in rd. 120 Unternehmen tätig.

Mit der Neuausrichtung der Förderpolitik des Landes Brandenburg wurde die Medienwirtschaft als eines der Branchenkompetenzfelder des regionalen Wachstumskerns definiert. Gemeinsames Anliegen des Landes und der Stadt ist es, Rahmenbedingungen zu schaffen, die eine langfristig stabile Entwicklung und Stärkung dieses Wirtschaftsbereichs gewährleisten.

Mit dem Standortentwicklungskonzept (SEK) der Landeshauptstadt Potsdam wurde die Standortstärkung Medienstadt als eine Schlüsselmaßnahme definiert. In Umsetzung dieser Maßnahme wurde ein Entwicklungskonzept für die Medienwirtschaft im Auftrag des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg (MWE) unter aktiver Einbindung der Landeshauptstadt Potsdam, vertreten durch die Wirtschaftsförderung, erarbeitet.

Auftragnehmer dieses Konzepts war die PM & Partner GmbH. Das Konzept wurde aus Mitteln der EFRE Technischen Hilfe finanziert.

## **Herangehensweise Entwicklungskonzept Medien**

Das Entwicklungskonzept wurde in enger Abstimmung mit einer Projektgruppe mit Experten der LHP, dem Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, der ZAB ZukunftsAgentur Brandenburg GmbH, der InvestitionsBank des Landes Brandenburg, der Medienboard Berlin Brandenburg GmbH und der IHK Potsdam erarbeitet.

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Unternehmensbefragung durchgeführt, an der sich 47 Unternehmen beteiligten. Darüber hinaus wurden rd. 30 Fach- und Expertengespräche geführt.

Die Ergebnisse wurden mit den wichtigen Unternehmen und Institutionen der Medienwirtschaft im Rahmen eines Workshops diskutiert.

## **Wesentliche Inhalte des Entwicklungskonzepts Medien**

Inhaltliche Schwerpunkte der Untersuchung waren insbesondere die Sicherung des Fachkräftebedarfs, die Standortstärkung unter räumlichen und infrastrukturellen Gesichtspunkten und die Einbindung der wichtigen Akteure bei der Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen zur Stärkung der Medienwirtschaft.

### Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken

Im Ergebnis der SWOT-Analyse wird eingeschätzt, dass die Medienwirtschaft eines der wesentlichen Branchenkompetenzfelder der Landeshauptstadt darstellt. Potsdam verfügt über eine starke Wettbewerbsposition als Medienstandort, die sich u.a. auf die Kompetenz und Marktführer in der Film- und Fernsehwirtschaft (insbesondere Studio Babelsberg AG und UFA-Gruppe), die enge räumliche Nähe von Unternehmen, Wissenschaft (z.B. HFF), Aus- und Weiterbildungseinrichtungen und weiteren leistungsfähigen Kompetenzfeldakteuren (z.B. rbb) sowie einen hohen überregionalen Bekanntheitsgrad stützt.

Dabei profitiert der Medienstandort Potsdam maßgeblich von den Potenzialen und von der Attraktivität der Hauptstadtregion sowie der Förderung im Rahmen des Deutschen Filmförderfonds. Auch verfügt er über günstige Ausgangsvoraussetzungen, um aus den Stärken und etablierten Wertschöpfungsketten in der Film- und Fernsehwirtschaft heraus neue Wachstumfelder zu erschließen, die sich im Zuge des Digitalisierungs- und Konvergenzprozesses entwickeln.

Allerdings werden auch Risiken gesehen, derer man sich bei der Standort- und Kompetenzfeldentwicklung bewusst sein sollte. Dies betrifft insbesondere den großen Einfluss der Förderung auf die Entwicklung der Filmwirtschaft und die große Abhängigkeit von einigen wenigen großen Playern. Auch können einige Entwicklungs- und Ansiedlungspotenziale – insbesondere aufgrund von Angebotslücken bzw. Engpässen im Flächenangebot – noch nicht ausreichend ausgeschöpft werden.

Es gilt daher zum einen, die etablierten Schwerpunkte als Kern des Kompetenzfelds zu sichern und weiterzuentwickeln, und zum anderen im Rahmen eines Diversifizierungsprozesses weitere wachstumsstarke Felder, u.a. im Bereich der digitalen Medien, zu erschließen und so die Anfälligkeit des Standorts zu reduzieren, u.a. auch durch Ausschöpfung und Bindung der Gründungspotenziale der ansässigen Hochschulen.

Aus der SWOT-Analyse wurden Entwicklungsziele, Handlungsfelder und weitergehende Maßnahmevorschläge abgeleitet.

#### Entwicklungsziele und Handlungsfelder

Das übergeordnete Entwicklungsziel für das BKF Medien in der Landeshauptstadt Potsdam knüpft an die Branchenstrategie des Landes Brandenburg an und konkretisiert diese bezogen auf den Standort Potsdam wie folgt:

#### **„Entwicklung der Hauptstadtregion zur führenden deutschen Medienregion bis 2015 mit differenzierendem Profil Potsdams unterstützen und nutzen“**

Dabei soll einerseits seitens des Medienstandorts Potsdam ein wichtiger Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbsposition der Hauptstadtregion im Standortwettbewerb geleistet werden. Andererseits sollen auch gezielt die Potenziale der gesamten Hauptstadtregion für die Entwicklung des Medienstandorts Potsdam genutzt werden. Ein differenzierendes Profil auf der Grundlage der spezifischen Stärken und Standortvorteile Potsdams bildet einen zentralen Erfolgsfaktor sowohl für die Standortvermarktung als auch die Erschließung der endogenen Potenziale.

Als Strategische Ziele wurden definiert:

- Die Felder Film und Fernsehen als Kern des Kompetenzfelds sichern, stärken und kommunizieren
- Die Potenziale der Digitalisierung nutzen und aus dem Kern heraus neue synergetische Felder entwickeln
- Gezielt Gründungen und kleine, innovationsorientierte Unternehmen fördern
- Die Fachkräftebasis für die Medienwirtschaft sichern und ausbauen
- Potenziale der Hochschul- und Wissenschaftslandschaft aufschließen
- Den Standort in räumlicher und infrastruktureller Hinsicht stärken und aufwerten

Aus dem strategischen Rahmen werden die folgenden Handlungsfelder abgeleitet:

1. Bedarfsorientierter Ausbau des Aus- und Weiterbildungsangebots und Vernetzung mit den Unternehmen
2. Zielgruppenorientierte Entwicklung des Flächen- und Infrastrukturangebots
3. Weiterentwicklung des Förder- und Finanzierungsangebots
4. Zielgruppenorientiertes Ansiedlungsmarketing
5. Weiterentwicklung der organisatorischen Rahmenbedingungen für die Standort- und Kompetenzfeldentwicklung

Hinweis: Das gesamte Entwicklungskonzept Medien steht im Intranet (unter: Planungen/Projekte/Fachplanungen/OBM-Bereich) oder unter SVV-Online zur Verfügung.

## **Ausgewählte Schwerpunkte und Maßnahmen der Landeshauptstadt Potsdam zur Umsetzung des Entwicklungskonzepts Medien**

### 4.1 Zielgruppenorientierte Entwicklung des Flächen- und Infrastrukturangebots

#### Flächennachfrage:

Über einen Zeitraum von 5 Jahren wird auf der Grundlage der Unternehmensbefragungen und der aktuellen Anforderungen der Medienwirtschaft für Erweiterungen von Unternehmen ein Flächenbedarf von 10.000 -15.000 m<sup>2</sup> eingeschätzt. Dabei sind Flächenverringerungen und –aufgaben bereits berücksichtigt. Rd. 60 % dieses Nachfragepotenzials (= 6.000 - 9.000 m<sup>2</sup>) beziehen sich insbesondere auf Büroflächen und sind im Kernbereich der Medienstadt abzudecken. Bei Werkstatt- und Lagerflächen (= 4.000 - 6.000 m<sup>2</sup>) werden Standorte im Umfeld der Medienstadt bevorzugt.

Unter Berücksichtigung von Neuansiedlungen (2.250 - 3.000 m<sup>2</sup>) und Aus-und Neugründungen (800-1.200 m<sup>2</sup>) ergibt sich für den Kernbereich der Medienstadt eine zusätzliche Nachfrage in einer Größenordnung von 9.000 bis 13.000 m<sup>2</sup> bei Mietflächen. Potenzielle Großprojekte sind dabei nicht berücksichtigt. Gleichzeitig wird aber auf Grund von Angebotslücken und –engpässen nur ein Teil des Nachfragepotenzials abgeschöpft.

Die Studio Babelsberg AG verfügt auf dem eigenen Gelände nicht über die benötigten Studiokapazitäten. Als Zwischenlösung hat die Studio Babelsberg AG südlich der Großbeerenstraße zwei Eisenbahnhallen (15.000 m<sup>2</sup>) angemietet. Darüber hinaus gibt es insbesondere Flächenbedarf für die Außenkulisse „Berliner Straße“. Diese befindet sich derzeit auf dem Gelände der Filmpark Babelsberg GmbH. Sowohl der Pachtvertrag als auch die Baugenehmigung laufen 2013 aus. Eine nochmalige Verlängerung ist auszuschließen. Ähnliches gilt auch für die Funden der Studio Babelsberg AG.

#### Flächenangebot:

Die Medienstadt Babelsberg umfasst eine Gesamtfläche von 46 ha, die maßgeblich durch die Filmpark Babelsberg GmbH, die Studio Babelsberg AG, den rbb und die HFF genutzt werden. Darüber hinaus befinden sich in der Medienstadt drei medienorientierten Technologie- und Gründerzentren, das Zentrum für Film- und Fernsehproduzenten mit dem MedienHaus, das fx.CENTER und das Guido-Seeber-Haus.

Grundsätzlich stehen noch ausreichend Flächenpotenziale in Form bebaubarer Grundstücke für die weitere Stärkung dieses Branchenkompetenzfeldes zur Verfügung (7, 4 ha bzw. 130.000 m<sup>2</sup> Geschossfläche).

Von diesem Potenzial kann aber nur ein kleiner Teil (0,6 ha bzw. 7.300 m<sup>2</sup> Geschossfläche) kurzfristig und nachfragegerecht (überwiegend kleinteilige Büronutzung) für die Nutzung durch Medienunternehmen bebaut werden.

Gleichzeitig sind die medienorientierten Technologie- und Gründerzentren nahezu ausgelastet, sodass auch hier nur noch ein begrenztes Mietflächenangebot verfügbar ist.

#### Fazit:

Das aktuelle Flächenangebot (insbesondere an Mietflächen) deckt das potenzielle Nachfragespektrum von Ansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen ansässiger Unternehmen, Gründungen und jungen Unternehmen, Gründungsinteressierte in der Vorgründungsphase sowie Unternehmen, die aus den Technologie- und Gründerzentren herauswachsen oder aus sonstigen Gründen ausziehen, nur teilweise ab. Dadurch werden Investitions- und Gründungspotenziale in einem zu geringen Umfang an den Standort gebunden.

Darüber hinaus besteht eine wichtige Herausforderung für die Standort- und Kompetenzfeldentwicklung darin, u.a. für die Flächenprobleme der Studio Babelsberg AG (Außenkulisse, Funden) eine dauerhafte Lösung zu finden, um dieses wichtige Unternehmen

am Standort Babelsberg zu binden und ihm langfristig Rahmenbedingungen für die Entwicklung zu bieten.

Als Lösungsansätze werden durch die Stadtverwaltung derzeit drei Schwerpunkte verfolgt:

1. Sicherung gewerblicher Flächen in der Medienstadt Babelsberg durch:

Die derzeit im Bebauungsplan Nr. 41 „Medienstadt Babelsberg“, 3. Änderung nördlich der Marlene-Dietrich-Allee gelegenen Mischgebietsflächen sollen planungsrechtlich überwiegend für eine gewerbliche Nutzung für Medienunternehmen, d.h. für Büro- und Dienstleistungsflächen gesichert werden. Eine Wohnbebauung sollte lediglich entlang der Stahnsdorfer Straße zugelassen werden. Weiteren Umnutzungen von Gewerbe- oder Sondergebietsflächen im Kernbereich der Medienstadt zugunsten von medienfremden Nutzungen und Wohnen sollen verhindert werden.

Dazu werden derzeit Gespräche mit dem Grundstückseigentümer, der Filmpark Babelsberg GmbH, und der Stadtverwaltung geführt.

2. Prüfung und Entwicklung des Maximum-Areals als Ergänzungsstandort für produktive und handwerkliche Unternehmen der Medienbranche

Im Rahmen einer Studie wurde die Sicherung und Entwicklung des Maximum-Areals südlich der Großbeerenstraße als Ergänzungsstandort für die Medienwirtschaft und die Medienstadt Babelsberg („Medienstadt 2“) erarbeitet.

Ziel ist es, eine Aufgabenteilung zwischen beiden Standorten zu erreichen. Auf den brachliegenden bzw. untergenutzten Flächen des Maximum-Areals sollen vor allem flächenintensive und produktionsorientierte Nutzungen, Handwerker und kreativ-technische Unternehmen Flächenangebote finden. Dabei sollte auch eine Verlagerung der Außenkulisse und der Funden der Studio Babelsberg aus der Medienstadt erfolgen. Darüber hinaus sollten aber auch andere Nutzer aus dem Bereich Medienwirtschaft angesiedelt werden, wie beispielsweise Handwerksbetriebe, Kulissenbauer, Filmausstatter u.a..

Im Ergebnis dieser Untersuchung wurden Varianten für die Umsetzung dieser Zielstellungen erarbeitet. Auf dieser Grundlage erfolgen Abstimmungen mit der Studio Babelsberg AG, dem Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten, den Grundstückseigentümern und weiteren Partnern zur Umsetzung.

3. Studie zur Schaffung eines bedarfsgerechten Mietflächenangebots in der Medienstadt

Ausgehend von der Tatsache, dass von Medienunternehmen vorwiegend Mietflächen nachgefragt werden, das Angebot an kurzfristig verfügbaren Mietflächen in der Medienstadt aber begrenzt ist, wurde im Rahmen der EFRE-Technische Hilfe durch das Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten eine Untersuchung zur Erarbeitung modellhafter Lösungsansätze für ein nachfragegerechtes Büroflächenangebot in den Branchenkompetenzfeldern Medien/IKT und Biotechnologie beauftragt. Ziel ist es Szenarien und Modell für die Schaffung und Vorhaltung von kurzfristig verfügbaren Mietflächen und entsprechende Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Ergebnisse werden im November vorliegen.

Die wesentlichen Ergebnisse dieses Themenschwerpunkts sind in das Stadtentwicklungskonzept Gewerbe eingeflossen.

4.2. Fachkräftesicherung für die Medienwirtschaft

Die Verfügbarkeit von Fachkräften zählt heute zu den wichtigsten Standortfaktoren, so auch in der Medienwirtschaft. Potsdam verfügt mit den vorhandenen Hochschulen sowie den weiteren Aus- und Weiterbildungsanbietern über gute Ausgangsbedingungen dafür. Zwei Drittel der

befragten Unternehmen bewerten das Aus- und Weiterbildungsangebot in der Hauptstadtregion als gut oder sehr gut. Drei Viertel sehen keine Probleme Fachkräfte zu finden. In der Gesamtbetrachtung sind keine hervorgehobenen Angebotslücken feststellbar, insbesondere unter Berücksichtigung des Aus- und Weiterbildungsangebots der Hauptstadtregion.

Das 2009 auf Initiative der Landeshauptstadt gegründete Fachkräfteforum Potsdam will zur Erhöhung der Transparenz in der Aus- und Weiterbildungslandschaft, auch in der für den Wirtschaftsstandort eminent wichtigen Medienbranche, beitragen. Die Veranstaltung der ersten Fachtagung 2009 u.a. zum Thema „Qualifikation im Medienbereich in Zeiten der Digitalisierung“, der „Tag der Ausbildungschancen – Mach es in Potsdam“ im Juni 2010, der auch für den Medienstandort Potsdam warb, oder der Aufbau der gemeinsamen Plattform des Fachkräfteforums Potsdam im Internet sind dafür Beispiele.

Die Partner im Fachkräfteforum Potsdam realisieren mit einer hohen Professionalität und in einer sehr großen Breite und Tiefe zahlreiche Projekte zur Fachkräftesicherung, die auch für die Entwicklung des Branchenkompetenzfeld von außerordentlicher Bedeutung sind. Dazu zwei aktuelle Beispiele:

1. In dem Wissen, dass die erfolgreiche Fachkräftesicherung an den Schulen mit einer offensiven Berufsorientierung beginnt, will das NETZWERK Zukunft Schule + Wirtschaft mit seiner Studien- und Berufsorientierungstournee Lehrkräften, Berufsberaterinnen, Berufsberatern Einblicke in die betriebliche Praxis sowie in die Ausbildungs- und Studienangebote der Region vermitteln. So wurde 2009 / 2010 die Tournee „Mit Medien kommunizieren“ in der Landeshauptstadt veranstaltet, die fünf Stationen im Branchenkompetenzfeld Medien umfasste (RBB, UVA GmbH, Fernsehzentrum Babelsberg, Medienschule Babelsberg, FH Potsdam)
2. Das "join-media" - Praktikantenprogramm der Medien Bildungsgesellschaft Babelsberg gGmbH bietet den Teilnehmern und Teilnehmerinnen an, sechs Monate unternehmensübergreifend Praxisluft zu schnuppern. Studenten aus den Fachbereichen Medien, Kommunikation oder Wirtschaft haben die Chance, aktiv in den beteiligten Unternehmen für jeweils drei Monate mitzuarbeiten. Zusätzlich werden Weiterbildungsseminare, Besuche von Medienevents und monatliche Veranstaltungen aus den unterschiedlichsten Medienbereichen angeboten.

#### 4.3 Verbesserung der Zusammenarbeit und Kommunikation mit den Akteuren und Unternehmen der Medienwirtschaft

Zur weiteren Stärkung des Branchenkompetenzfeldes sollte die Zusammenarbeit der verschiedensten Unternehmen und Akteure weiter verbessert werden.

Von daher sollen künftig regelmäßige Informationsaustausche mit den Unternehmen und Akteuren zu speziellen Themen unter Leitung des Oberbürgermeisters organisiert und durchgeführt werden. Ziel dabei ist es, die Unternehmen über aktuelle Fragen der Standortentwicklung zu informieren und zu diskutieren und die Kommunikation zwischen den Unternehmen zu fördern, aber auch die Kommunikation zwischen Unternehmen und Verwaltung weiter zu verbessern.

Anlage:

**Zusammenfassung - Entwicklungskonzept zur Stärkung des Branchenkompetenzfeldes Medien mit dem räumlichen Schwerpunkt Medienstadt Babelsberg (das Konzept ist im Ratsinformationssystem als Anlage hinterlegt)**