



Fotolia/Pavelis

Medienstandort Oberbayern

Erwartungen des AK Medien der IHK



IHK

München und
Oberbayern

Voraus für die Wirtschaft.

Medienstandort Oberbayern

Erwartungen des Unternehmer–Arbeitskreises Medien der IHK für München und Oberbayern an die bayerische Medienpolitik

Die bayerische Medienbranche setzt sich zusammen aus über 40.000 Unternehmen und Selbständigen aus den Bereichen Presse, Werbung, Software/Games, Film, Rundfunk, Buch, Design, Agenturen und Musikwirtschaft. Mit über 170.000 sozialversicherungs-pflichtigen Beschäftigten erreicht sie einen Umsatz von knapp 30 Mrd. Euro.

Im schnelllebigen Zeitalter der Digitalisierung ist die Branche ständigen Veränderungen unterworfen. Unternehmen aus den Bereichen Film- und Fernsehen, Hörfunk oder Marketing sind davon ebenso betroffen wie klassische Verlagshäuser oder Druckereien. Andere Bereiche wie die Gamesbranche sind erst durch die Digitalisierung entstanden. Das bringt große Chancen mit sich, birgt aber auch viele Herausforderungen.

Um im internationalen Wettbewerb bestehen und sich stetig weiterentwickeln zu können, bedarf es fairer Spielregeln für die Branche. Bestehende Rahmenbedingungen sollten deshalb kritisch hinterfragt und ggf. neu formuliert werden.

Der Arbeitskreis Medien der IHK für München und Oberbayern hat Vorschläge der Branche formuliert, die die Bedürfnisse und Erwartungen an die zukünftige bayerische Medienpolitik widerspiegeln. Mit seinen 42 Mitgliedern aus allen Medienbereichen deckt der Arbeitskreis die heterogene Landschaft der Branchenunternehmen ab. Gemeinsam wurden folgende, die Medienbranche in ihrer Vielfalt insgesamt betreffende, Themenschwerpunkte eruiert, in denen Nachholbedarf besteht:

1. Innovation fördern

Die Förderung von Innovationen spielt eine bedeutende Rolle für die Zukunftsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Oberbayern. Dies gilt sowohl für die nationale wie auch die internationale Ebene. Dabei entstehen Innovationen häufig an den Schnittstellen unterschiedlicher Branchen. Vor allem die Medienbranche ist mit ihrer agilen Kreativleistung ein Treiber, wie z. B. Kooperationen im Bereich Automotive, Medizintechnik, Pharma oder Architektur zeigen.

Aktuell sind die bayerischen Förderprogramme stark technologiebezogen, wie z. B. Innovationsgutschein, Bayerisches Technologieförderprogramm oder auch der Digitalbonus zeigen. Zudem liegt der Fokus häufig auf Start-ups.

- **Die stark technologiebezogene Förderlandschaft soll sich Kreativleistungen der Wirtschaft stärker öffnen.**
Förderprogramme für die Medienbranche, wie das Werk1 (Games/Digital), das MediaLab (Journalismus), der FilmFernsehFonds Bayern (Film/Games) oder das Bayerische Filmzentrum (Film) sind gute Beispiele, die es zu erweitern/ergänzen gilt.
- **Auch erfahrene und etablierte Medienunternehmen sollen für ihre Innovationskraft Unterstützung finden.**
Der Fokus soll vor allem auf kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) der Medienbranche liegen. Der geplante Digitalbonus wird in diesem Zusammenhang ausdrücklich begrüßt.
- **Die branchenübergreifende und interdisziplinäre Zusammenarbeit** soll z. B. durch Vernetzungsveranstaltungen oder themenspezifische Workshops stärker unterstützt werden, um Synergien an Branchenschnittstellen zwischen etablierten Unternehmen und Start-ups sowie zwischen Wissenschaft und Wirtschaft besser nutzen zu können.
- Wir schlagen vor, die in allen Regierungsbezirken geplanten und als „**IT-Gründerzentren**“ konzipierten Einrichtungen zu „**Digitalisierungs-Zentren**“ zu erweitern, um neben der Start-up-Szene auch die IT-Branche und insbesondere KMU aller Branchen, auch der Medien, bei Fragen zur Digitalisierung besser zu unterstützen. Diese Einrichtung kann als Anlaufstelle für Vernetzung und Kooperation und als Impulsgeber für Innovationen dienen.

2. Medienfachkräfte sichern

Die Anforderungen an ein Jobprofil verändern sich vor allem durch die Digitalisierung schnell und einst Erlerntes ist überholt. Neue Anforderungen durch Weiterbildung und Anpassung bestehender Ausbildungsangebote abzudecken ist eine große Herausforderung, aber von existenzieller Bedeutung für die zukünftige Entwicklung der Wirtschaft.

Aktuell gibt es 14 verschiedene IHK-Ausbildungsberufe im Medienbereich. Insgesamt sind in Oberbayern 1.778 Auszubildende im Medienbereich tätig. Im Vergleich zu 2012 sind die Zahlen leicht rückläufig (1.923). Fachkräfte mit einer beruflichen Ausbildung werden von Unternehmen gesucht.

Die Zahl der Studiengänge im Medienbereich steigt. Sie werden flächendeckend über Bayern angeboten und spezialisieren sich immer stärker. Die Zahl der Studenten ist positiv zu bewerten. Ein Teil der Absolventen wandert jedoch an andere Standorte ab – national wie international.

Für Fachkräfte, die sich nach dem Studium oder der Ausbildung beruflich weiterbilden wollen, gibt es eine Vielzahl an Angeboten. Diese sind jedoch häufig unübersichtlich für den einzelnen Interessenten, aber von zentraler Bedeutung, um in dem sich ständig weiterentwickelnden Zeitalter der Digitalisierung bestehen zu können.

- Es soll verstärkt **Orientierungsmöglichkeiten für angehende Auszubildende und Studierende** in der Medienbranche geben. Die von den bayerischen IHKs gestartete und vom Bayerischen Wirtschaftsministerium unterstützte Kampagne „Ausbildungs-Scouts“, bei der Auszubildende in Schulen als Berufsberater fungieren, ist dafür ein gutes Beispiel, ebenso wie die zahlreichen Angebote des MedienCampus Bayern e.V.
- Der **interdisziplinäre Austausch** ist gerade in der Medienbranche gefragt und sollte bereits während der Ausbildung und des Studiums unterstützt werden.
- **Die Ausbildung ist vom Ansehen aufzuwerten**, um einer steigenden Abwanderung nach erfolgreichem Abschluss zum Hochschulstudium entgegenzuwirken.
- Um im weltweiten Wettbewerb mithalten zu können, soll der **Austausch auf internationaler Ebene** nicht nur im Studium, sondern auch in der Ausbildung vorangetrieben werden.
- **Berufsschulunterricht soll auch in ländlichen Regionen sichergestellt sein.** Dies kann zu einer gesteigerten Attraktivität von Ausbildungsangeboten von Unternehmen in diesen Regionen führen, da Auszubildende für einzelne Fächer nicht mehr zu weiter entfernten Berufsschulen reisen müssen.
- Um den Bedarf der Medienunternehmen besser zu berücksichtigen und ein effizientes Studienangebot zu sichern, ist eine **zentrale Koordinierung** für alle Studienangebote in Bayern zu erörtern.
- Um die **Kompetenzen** der Unternehmer und Mitarbeiter **mit der voranschreitenden Digitalisierung weiter zu entwickeln**, braucht es begleitende Maßnahmen wie z. B. entsprechende Weiterbildungsangebote und interdisziplinären Austausch.
- Weiter soll **kritisch überprüft** werden, welcher **Rahmenbedingungen** es bedarf, um junge Fachkräfte am Standort und im Ausbildungsbetrieb zu halten und welche entsprechenden Maßnahmen ergriffen werden müssen. Langfristig wird jedoch allein die Aktivierung der heimischen Fachkräftepotenziale nicht ausreichen.

3. Medienstandort stärken

Medienpolitik ist auch Standortpolitik: Sie ist entscheidend dafür, dass sich Unternehmen als Dienstleister, Kunde, Lieferant oder Kooperationspartner am Standort ansiedeln und Arbeitsplätze zur Verfügung stellen. Ebenso kann sie für attraktive Arbeitsumstände sorgen, die wiederum qualifizierte Fachkräfte anziehen.

Der aktuelle Datenreport Kultur- und Kreativwirtschaft der Europäischen Metropolregion München in Kooperation mit der IHK für München und Oberbayern zeigt: Der Standort muss sich nicht verstecken und steht im europäischen Ranking sogar vor Größen wie Amsterdam, Barcelona, Mailand oder Wien.

- Das gute Standing des Medienstandorts – vor allem im europäischen Vergleich – muss **selbstbewusster und sichtbarer im Standortmarketing** verankert werden. Ein „Laptop & Lederhosen 4.0“-Selbstverständnis muss entwickelt und mit zugestärkten Gallionsfiguren der öffentlichen wie auch Unternehmensseite kommuniziert werden.
- Es gibt bereits eine Vielzahl an Aktivitäten zur Unterstützung, Präsentation und Vernetzung der Medienbranche. Diese Angebote sind jedoch segmentiert. Selbst engagierte Unternehmen haben häufig Schwierigkeiten, sich bei der Vielzahl an Angeboten zurechtzufinden. Eine **stärkere Bündelung der Aktivitäten und Angebote** führt zu mehr Sichtbarkeit, Orientierung, effektivere Vernetzung und Transparenz und sollte weiter forciert werden. Das MedienNetzwerk Bayern sowie das Kompetenzteam Kultur- und Kreativwirtschaft der Landeshauptstadt München gehen dabei genau den richtigen Weg, den es weiter zu verfolgen und vehement auszubauen gilt.
- Um Kooperation, Innovation und Inspiration zu stärken, braucht es **mehr Vernetzung: innerhalb** der einzelnen Segmente **der Medienbranche** wie auch **zu anderen Branchen und in die Wissenschaft**. Hierfür braucht es Raum und Initiative. Dazu können auch mehr zentrale Gewerbeflächen mit kreativem Flair beitragen.
- Die Medienbranche ist in der Digitalisierung bereits weit fortgeschritten und treibt diese an. In der Zukunftsstrategie „Bayern Digital“ findet sie jedoch kaum Erwähnung. Damit die Branche auch im internationalen Vergleich mithalten und branchenfremde Unternehmen bei der Digitalisierung unterstützen/mit gutem Beispiel vorangehen kann, ist eine **stärkere Integration in die Digitalisierungsstrategie Bayerns** notwendig. Medienthemen und -technologien sollen als **Plattformen im Zentrum Digitalisierung.Bayern** Einzug halten.
- Medienarbeit braucht eine **leistungsstarke und flexible Infrastruktur**. Hierfür ist eine **ausreichende Breitbandverbindung** in Up- und Download die Grundlage. Der **Rechtsrahmen**, in dem sich Medienunternehmen bewegen, muss der digitalen Transformation standhalten und sich **weiterentwickeln**.

IHK für München und Oberbayern
Hauptgeschäftsführer



Peter Driessen

Vorsitzende IHK AK Medien



Rosemarie Schuster



München und
Oberbayern

Fachliche Ansprechpartner

Dr. Herbert Vogler ☎ 089 5116-1321 @ herbert.vogler@muenchen.ihk.de
Franziska Neuberger ☎ 089 5116-1260 @ franziska.neuberger@muenchen.ihk.de
Dorothee Murfeld ☎ 089 5116-1798 @ dorothee.murfeld@muenchen.ihk.de

Impressum

Verleger und Herausgeber:

IHK für München und Oberbayern
Peter Driessen und Dr. Eberhard Sasse
Balanstraße 55-59
81541 München
☎ 089 5116-0
@ ihkmail@muenchen.ihk.de
🌐 ihk-muenchen.de

Gestaltung:

Ideenmuehle.com, Eckental

Bildnachweis:

Titelseite: Fotolia © Palevis

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise –
ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Stand: April 2016

 Folgen Sie uns!	
 ihk-muenchen.de/newsletter	
 /ihk.muenchen.oberbayern	
 @IHK_MUC	
 xing.com/net/muenchenihk	
	ihk-muenchen.de