

medien.barometer zeigt Trends der Medienbranche

Deutlich gestiegene Zufriedenheit und Identifikation der Medienunternehmen Berlin-Brandenburgs mit dem Standort

Berlin/Potsdam, 4. April 2004 Zum dritten Mal seit Anfang 2004 haben die Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH und das media.net berlinbrandenburg die Stimmung der Medienbranche in der Region ermittelt. Mit dem medien.barometer wurde im Winter eine Umfrage unter 750 Medienschaffenden vorgenommen, deren Ergebnisse eine Rückschau auf das letzte Jahr und Prognosen über das weitere Geschäftsjahr 2005 zulassen.

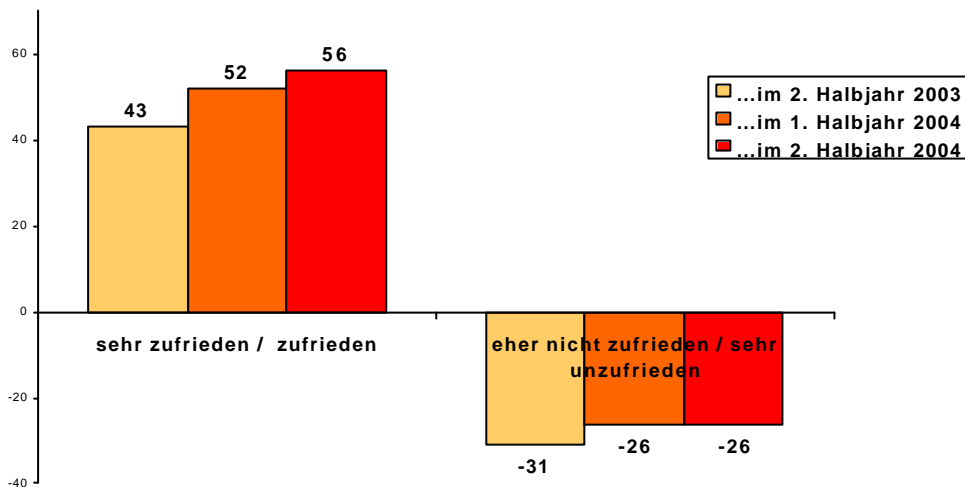
So zeigen die befragten Unternehmen eine wachsende Zufriedenheit mit dem Standort und erwarten wirtschaftlich eine positivere Entwicklung als im Bundesdurchschnitt. Am deutlichsten im Bereich der sogenannten Neuen Medien, in Werbung und PR, aber auch in den klassischen Feldern Film und TV ist im Vergleich zum Vorjahr ein signifikant besseres Geschäftsklima festzustellen. „Das ist eine Bestätigung für die Stärken des Standortes, die aber sicher auch für die Standortpolitik Berlin-Brandenburgs, die Medien und Kommunikation mit Recht zu den zentralen Kompetenzfeldern zählt“, so Medienboard-Geschäftsführerin Petra Müller zu den Befragungsergebnissen.

Holger Schöpfer, Geschäftsführer media.net Berlin-Brandenburg: „Das medien.barometer als Indikator für Standortzufriedenheit und für die wirtschaftliche Situation der regionalen Medienunternehmen hat sich bewährt. Wir freuen uns, dass die Unternehmen dieses Projekt so engagiert unterstützen. Die Ergebnisse bestätigen eindrucksvoll die Strategie der Länder, in Berlin und Brandenburg ein Investitionsklima für Medienunternehmen zu schaffen.“

Die Gesamtstimmung hat sich in den letzten Monaten deutlich verbessert. Hinsichtlich Investitionen und Umsatzerwartung hat sich das Bild noch einmal verstärkt. Die steigende Zufriedenheit der Medienunternehmen am Standort Berlin-Brandenburg dokumentiert die wachsende Bedeutung der Region, und die Content-Produktion wird als einer der wesentlichen Standortfaktoren gesehen.

Geschäftsverlauf: Unternehmer sind deutlich zufriedener

Innerhalb von 12 Monaten ist der Anteil der Zufriedenen über alle Medienbereiche von 43% auf 56% gestiegen. Im gleichen Zeitraum sank die Unzufriedenheit von 31% auf 26%.

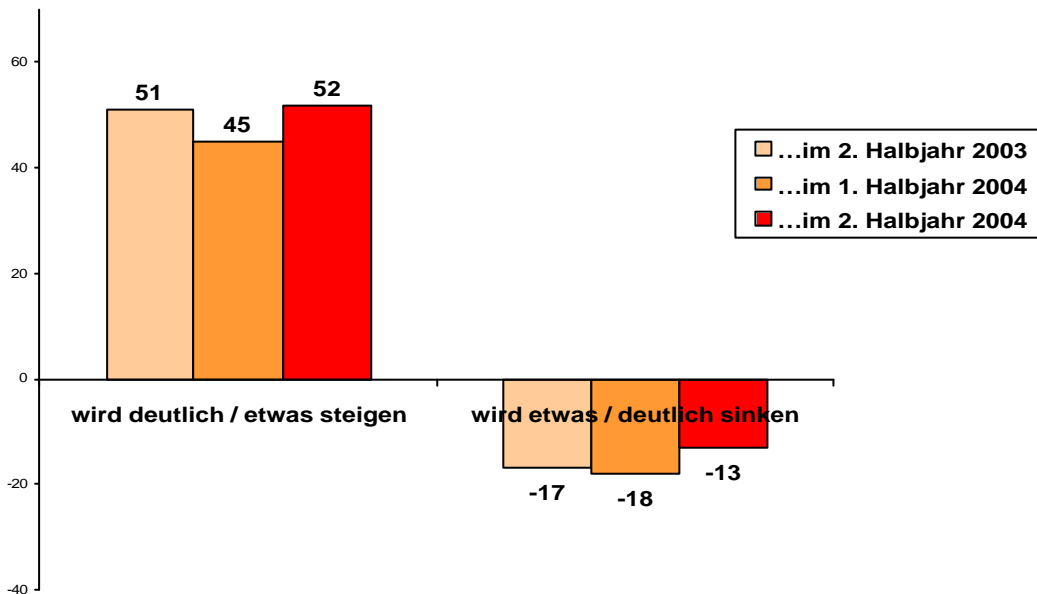


- Die Zufriedenheit im Bereich **Software** ist derzeit mit 44% doppelt so hoch wie die Unzufriedenheit (22%).
- Im Bereich **IT/Telekommunikation** verteilt sich die aktuelle Stimmungslage – ohne Extremwerte - um den Mittelwert „weder/noch“.
- **Print** (67%), **PR** (68%), **Design** (61%), **Internet/Multimedia/Games** (71%) und **Werbung** (73%) zeigen eine deutlich bzw. außerordentlich überdurchschnittliche Zufriedenheit.
- In 2003 wurde für die Branchen **Radio, TV, Film und Musik** zusammen eine 34%-ige Zufriedenheit ermittelt. Auch wenn hier nun mit den Einzelwerten **TV** (59%), **Film** (52%) und **Musik** (33%) die Stimmung im Branchendurchschnitt bzw. darunter liegt, zeigt sich eine positive Entwicklung.

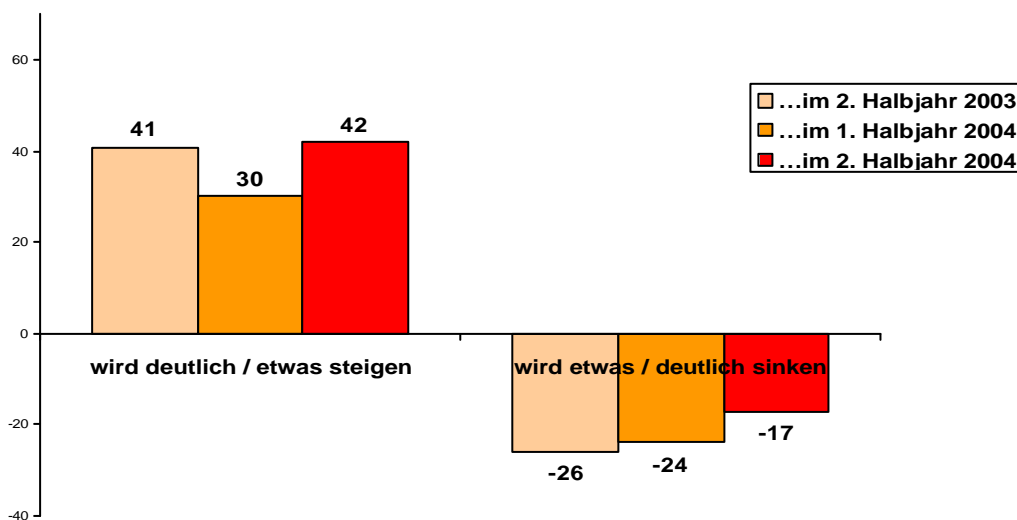
Umsatz: Steigende Erwartungen in Berlin Brandenburg

Sowohl für bundesweite Medienunternehmen als auch für regionale Medienunternehmen bestehen deutlich steigende Umsatzerwartungen. Lagen sie Anfang 2004 bei bundesweiten Medienunternehmen noch bei 45%, so werden sie jetzt bei 52% eingestuft. Regionale Unternehmen verzeichnen eine Steigerung der Umsatzerwartungen von 30% auf jetzt 42%. Die positiven Erwartungen liegen für die Region nach wie vor hinter denen für Gesamtdeutschland zurück aber der Abstand wird deutlich geringer.

Umsatzerwartung für die Branche BUNDESWEIT 2005

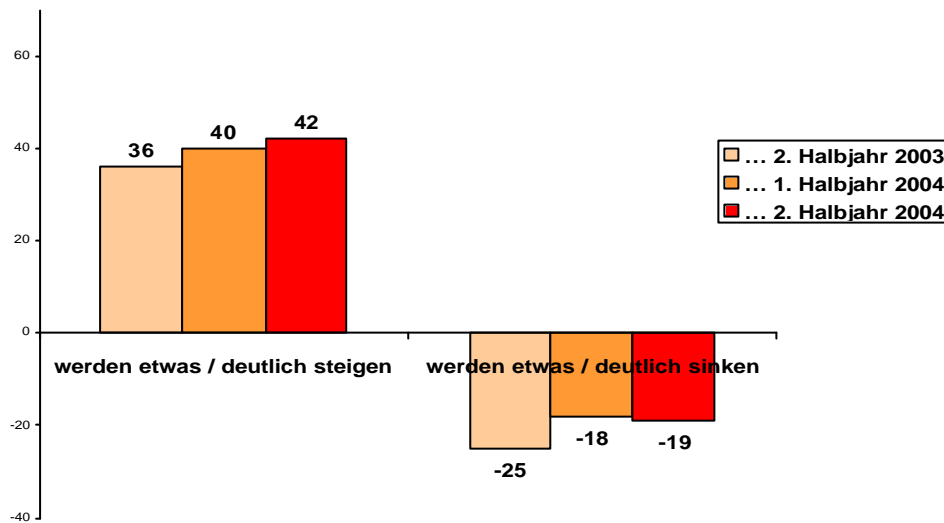


Umsatzerwartung für die Branche REGIONAL 2005



Investitionen: deutlicher Anstieg in den Branchen Software, Werbung und Design

Der Anteil der Unternehmen, die steigende Investitionen erwarten, ist von 36% (2/2003) auf 42% gestiegen. Nur 19% aller Befragten erwarten Investitionsrückgänge.



Besonders ausgeprägt sind die Erwartungen steigender Investitionen in den Branchen **Software** (63%), **Werbung** (65%) und **Design** (65%).

Personal: Mehr freie Mitarbeiter

Es zeigt sich insgesamt ein Trend zur Einstellung freier Mitarbeiter in den Unternehmen. Zwar werden in der Software und IT/Telekommunikationsbranche weniger freie Mitarbeiter beschäftigt, aber es zeichnet sich ein starker Anstieg an freien Mitarbeitern in den Branchen Werbung, PR, Design und Internet/Multimedia/Games ab.

25% aller befragten Unternehmen sucht bis zu 5 Mitarbeiter. Diese Aussage wird differenzierter bei einem Blick auf die Teilbranchen: Software (45% der Unternehmen suchen bis zu 5 Mitarbeiter), TV (33%), Werbung (36%), Design (26%) und Internet/Multimedia/Games (37%). Einige Unternehmen aus den Branchen TV (7%), Design (5%) und Internet/Multimedia/Games (7%) suchen derzeit sogar mehr als 10 neue Mitarbeiter.

Contentproduktion: erhöhte wirtschaftliche Bedeutung für die Region

60% der Teilnehmer sieht eine Steigerung der wirtschaftlichen Bedeutung von contentproduzierenden Unternehmen innerhalb der nächsten drei Jahre.

- Besonders die Branche **Internet/Multimedia/Games** ist sehr zuversichtlich. 58% erwarten hier eine steigende Bedeutung, 21% sagen sogar eine deutliche Steigerung voraus.
- Nur durchschnittlich 7% der Befragten, alle aus den Bereichen **TV, Film, Musik, Print und Multimedia**, glauben an einen Rückgang.
- Etwas kritischer sehen es die Vertreter aus Filmbranche bei denen 16% von einer sinkenden Bedeutung ausgehen.

Generell prognostiziert aber auch hier der überwiegende Teil eine steigende wirtschaftliche Bedeutung.

Standort Berlin Brandenburg: Optimal!

Das medien.barometer dokumentiert eine außergewöhnliche Entwicklung bei der Beurteilung des Standortes für das eigene Unternehmen:

- 62% der Teilnehmer betrachten den Standort als optimal, 6 Monate zuvor lag der Wert noch bei (auch guten) 47%. Als nicht optimal bewerten den Standort nur noch 7% statt vorher 18%. Damit hat sich die Polarisierung bei den Vorgängerbefragungen aufgelöst.
- **Über ein Viertel der Befragten geben dem Standort die Bestnote.**
- Besonders stark fällt diese Entwicklung im Bereich IT/TK auf. Bei der vergangenen Befragung gaben 43% mit den Werten 1-3 (1= nicht optimal, 10=optimal) eine negative Beurteilung ab; diese entfielen nun komplett.
- Ähnliches auch bei Werbung, PR, Design und Multimedia. Überhaupt wird der schlechteste Wert 1 und damit die Meinung „nicht optimal für uns“ nur noch von 4% aus dem Bereich Film vertreten.
- Im Printbereich ist nach ausschließlich positiven Beurteilungen in 2004 nun eine stärkere Differenzierung zu sehen.

Die Befragung zum medien.barometer wurde durchgeführt von Trend Research.



Die vollständige Auswertung der Studie erhalten Sie auf Anfrage:

media.net berlinbrandenburg e. V. Bundesallee 210 10719 Berlin T. 030-2125-3131 F. 030-2125-3140 E-Mail: neumann@medianet-bb.de URL: www.medianet-bb.de	Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH Geschäftsbereich: Standortmarketing August-Bebel-Strasse 26-53 14482 Potsdam T. 0331-74387-0 F. 0331-74387-99 E-Mail: info@medienboard.de URL: www.medienboard.de
--	---