

# MEDIEN.BAROMETER 2019/2020: SCHWERPUNKT DIVERSITÄT



„Games-, Musik-, Film-, TV-, Digitalunternehmen, Rundfunk und Verlage. Junge Startups bis etablierte Global Players. Berlin und Brandenburg. Stadt und Land. Seit 18 Jahren erleben wir als media:net berlinbrandenburg, dass Innovationen, neue Produkte, nachhaltige Konzepte und Dienstleistungen besonders da entstehen, wo unterschiedliche Branchen, Persönlichkeiten, Erfahrungen und Kompetenzen aufeinander treffen, wo bunt gemischte Teams gemeinsam Ideen spinnen. Unsere Mitgliedsunternehmen bestätigen uns: Vielfalt ist ein Erfolgstreiber, aber auch Anspruch und Herausforderung.“

*Andrea Peters, Vorstandsvorsitzende  
media:net berlinbrandenburg e.V.,  
Herausgeberin des medien.barometers  
2019/2020*



„Die Berliner Wirtschaft ist divers, die Medienbranche ist divers und mittlerweile wird es allgemein so gesehen, dass divers zusammengesetzte Teams bessere Ergebnisse liefern. Deshalb trifft der diesjährige Schwerpunkt den richtigen Nerv.“

*Dr. Matthias von Bismarck-Osten,  
Generalbevollmächtigter der  
Investitionsbank Berlin,  
Partner des medien.barometers  
2019/2020*



„Vielfalt ist ein integraler Bestandteil der modernen Arbeitswelt. Gerade kreative Felder wie die Medienbranche profitieren stark von Mitarbeiter\*innen mit ganz unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, Erfahrungen und Lebenswirklichkeiten, die in die tägliche Arbeit und in Schaffensprozesse eingebracht werden können. Diversität ist somit ein zentraler Innovationsmotor der Wirtschaft.“

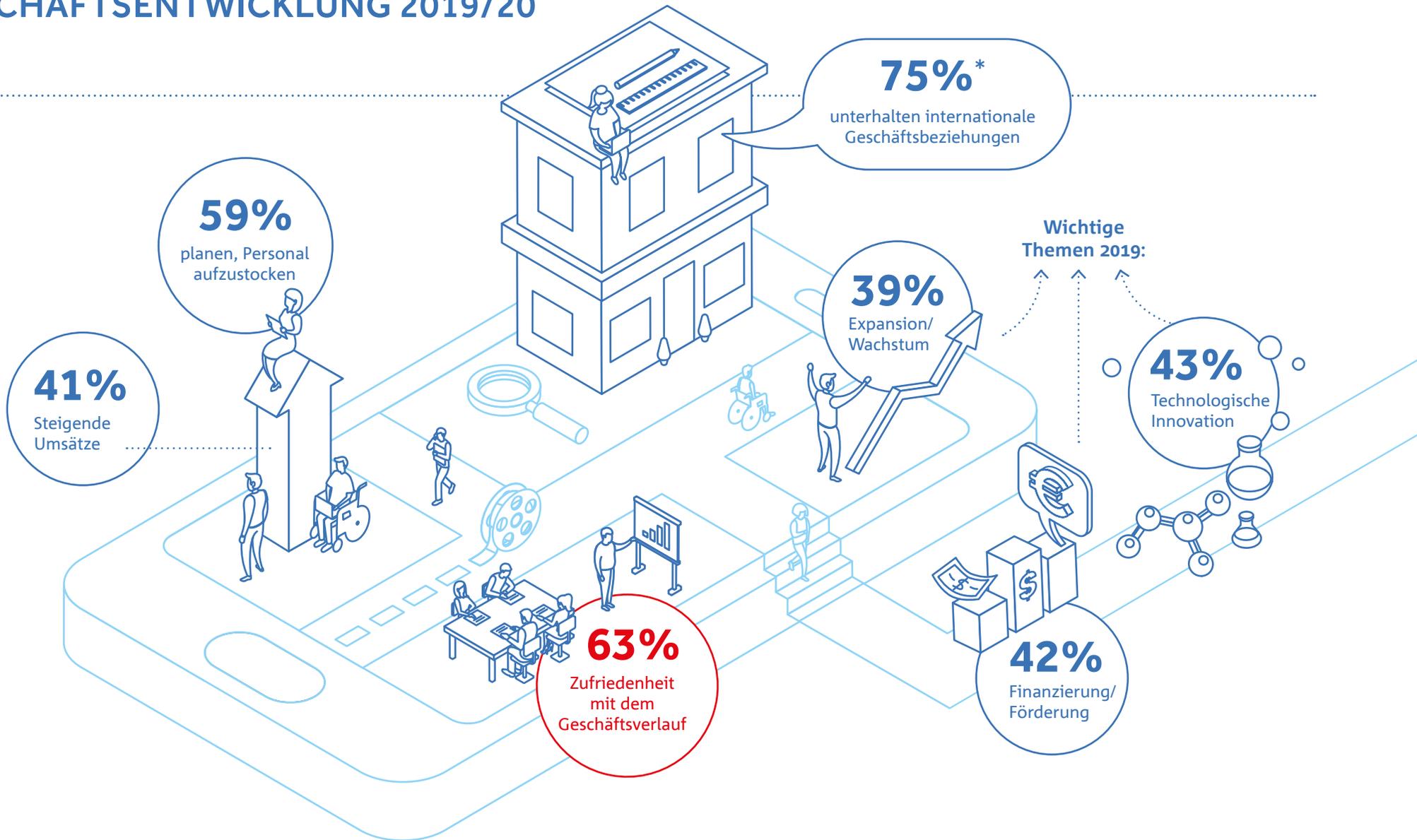
*Tillmann Stenger,  
Vorstandsvorsitzender der Investitions-  
und Landesbank Brandenburg,  
Partner des medien.barometers  
2019/2020*



„Der Transformationsprozess der Arbeitswelt betrifft auch das Bewusstsein über die Zusammensetzung von Teams. Mit dem aktuellen medien.barometer haben wir untersucht, wie gut und fair unsere Gesellschaft in Medien und Medienunternehmen repräsentiert ist und die Unternehmen befragt, wie ein gesundes Arbeitsumfeld gefördert werden kann. Ein Ergebnis ist, dass eine höhere Diversität in Unternehmen zu mehr Zufriedenheit und mehr Optimismus führt.“

*Helge Jürgens, Geschäftsführer,  
Medienboard Berlin-Brandenburg,  
Förderer des medien.barometers  
2019/2020*

# GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2019/20



\*Angaben in Prozent der befragten Unternehmen

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

Anteil Unternehmen mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit

**76%**  
gesamt

**54%**  
Führungspositionen im mittleren Management



Anteil Frauen  
**41%**  
der Unternehmen mit mehr als der Hälfte Frauen

**34%**  
der Unternehmen haben keine Frauen in Geschäftsführungs-/Vorstandspositionen

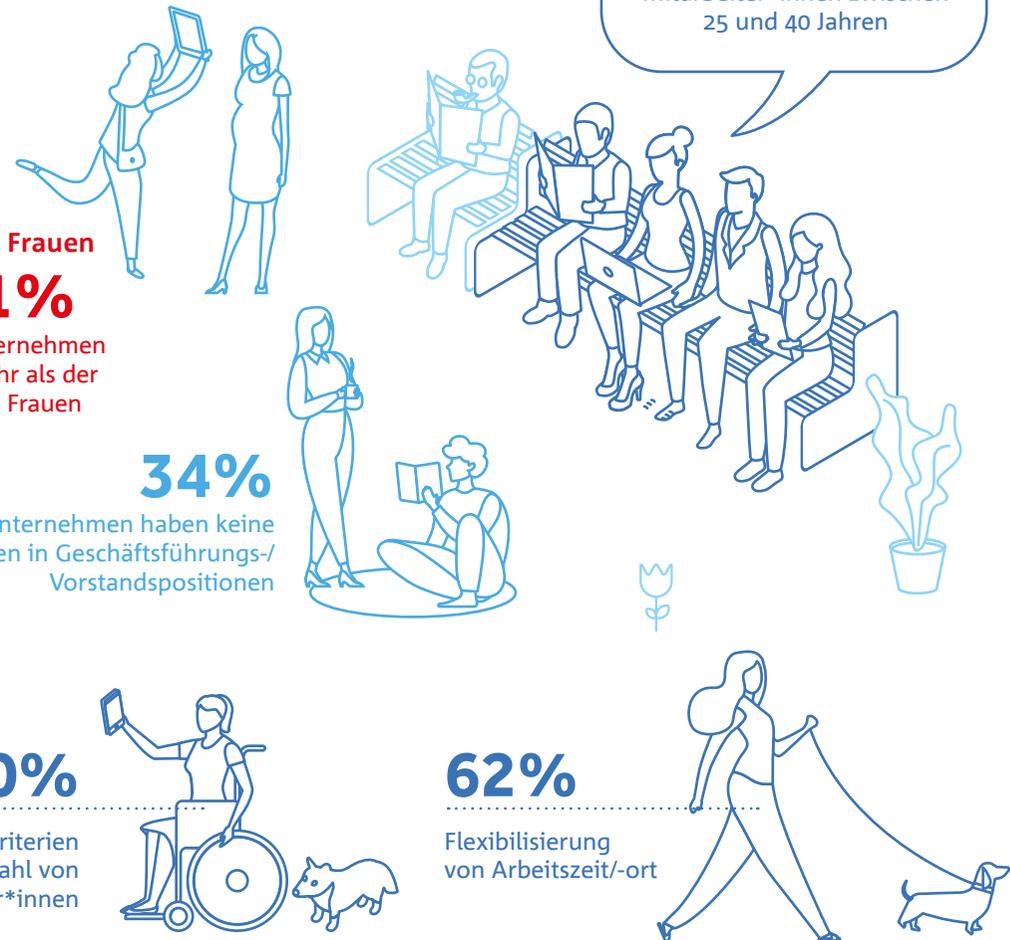
**30%**  
Diversitäts-Kriterien bei der Auswahl von Bewerber\*innen

**62%**  
Flexibilisierung von Arbeitszeit/-ort

Altersstruktur

**88%**

der Unternehmen mit Mitarbeiter\*innen zwischen 25 und 40 Jahren



# KERNAUSSAGEN

---

## #1 ZUFRIEDENE UNTERNEHMEN

63% zufriedene bis sehr zufriedene Unternehmen  
84% erwarten steigende oder gleichbleibende Umsätze.

## #2 GESCHÄFTSKLIMA ERHOLT SICH NACH EINBRUCH 2018

Mit 139 Punkten steigt der Geschäftsklimaindex leicht an, nach 134 Punkten 2018 und 149 Punkten 2017.

## #3 DIVERSITÄTS-MANAGEMENT

41% verankern Diversität in der Unternehmensstrategie.  
Nur 8% der Unternehmen haben eine Diversitäts-Abteilung oder eine\*n Diversitäts-Verantwortliche\*n.

## #4 FLEXIBLES ARBEITEN MASSNAHME N° 1 ZUR UMSETZUNG VON DIVERSITÄT

62% der Befragten flexibilisieren Arbeitszeit und -ort, um Diversität zu fördern.

## #5 ALTERSSTRUKTUR: WENIGE JÜNGERE, WENIGE ÄLTERE

88% der Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter\*innen zwischen 25 und 40 Jahren.  
Annähernd jedes zweite Unternehmen beschäftigt keine Mitarbeiter\*innen unter 25 Jahren (44%) bzw. über 55 Jahren (50%).

## #6 DIE BERLIN-BRANDENBURGER MEDIENBRANCHE IST WEIBLICH...

In 41% der Unternehmen arbeiten mehr als 50% Frauen.  
In 19% der Unternehmen sind mehr als 50% der Führungspositionen im mittleren Management mit Frauen besetzt.

## #7 ... ABER NOCH NICHT WEIBLICH GENUG, WENN ES UM FÜHRUNGSPPOSITIONEN GEHT

34% der Unternehmen ohne Frauen in GF-/Vorstandspositionen.

## #8 UNTERNEHMEN INTERNATIONAL AUFGESTELLT

76% der Unternehmen mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit  
75% der Befragten unterhalten internationale Geschäftsbeziehungen.

## #9 EUROPÄISCHE UNION HÄUFIGSTES HERKUNFTSGEBIET

89% der Beschäftigten mit ausländischer Staatsangehörigkeit kommen aus einem EU-Land.

# INHALT

---

Kernaussagen	06	<b>3 Zahlen, Daten, Fakten zur Medienwirtschaft</b>	<b>31</b>
Inhalt	07		
Wirtschaftliche Bedeutung des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg	08	3.1 Wirtschaftliche Bedeutung des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg	31
Einleitung	09	3.2 Der Medienstandort Berlin-Brandenburg	34
		3.3 Mediennutzung in Deutschland	35
		3.4 Die Medienwirtschaft in Deutschland	36
<b>1 Geschäftsklima</b>	<b>11</b>		
1.1 Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf	11	<b>4 Über das medien.barometer</b>	<b>37</b>
1.2 Umsatzentwicklung für das kommende Jahr	13	1 Stichprobe	38
1.3 medien.barometer Geschäftsklimaindex	14	2 Teilnehmer*innen	39
1.4 Personalentwicklung	16		
1.5 Personalplanung	17	Impressum	40
1.6 Internationale Geschäftsbeziehungen	18		
1.7 Die wichtigsten Themen in den kommenden Monaten	19		
<b>2 Schwerpunkt DIVERSITÄT</b>	<b>20</b>		
2.1 Maßnahmen zur Umsetzung von Diversität	20		
2.2 Die Altersstruktur der Unternehmen	21		
2.3 Anteil von Frauen in den Unternehmen	23		
2.4 Anteil von Mitarbeiter*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit	26		
2.5 Herkunft der Mitarbeiter*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit	30		

# WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES CLUSTERS IKT, MEDIEN, KREATIVWIRTSCHAFT IN BERLIN-BRANDENBURG

Die Kultur- und Kreativwirtschaft ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Berlin-Brandenburg: Im Jahr 2017 betrug der Umsatz des gesamten Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft 46,6 Milliarden Euro. Das ist ein Anteil von 14,8 Prozent an der Gesamtwirtschaft der Region und ist ein Anstieg um 0,4 Prozentpunkte im Vergleich zu 2016.

Ausgewählte Branchenzweige* Berlin-Brandenburg 2017	Mrd. Euro
Handel; Instandhaltung, Reparatur von KfZ	76,6
Verarbeitendes Gewerbe	58,1
<b>Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft</b>	<b>46,6</b>
Energieversorgung	31,8
Verkehr und Lagerei	29,3
Baugewerbe	19,4
Erbringung von freiberuflichen, wiss. und techn. Dienstleistungen	18,2
Grundstücks- und Wohnungswesen	17,0
Information und Kommunikation	13,7
Gesundheits- und Sozialwesen	13,3
Gastgewerbe	7,9
<b>Gesamtwirtschaft BB</b>	<b>315,0</b>

\*Das Cluster umfasst die Branchenzweige Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Filmwirtschaft, Rundfunkwirtschaft, Markt für Darstellende Künste, Designwirtschaft, Architekturmarkt, Pressemarkt, Werbemarkt, Software-/Games-Industrie, Informations- und Kommunikationstechnik sowie Sonstige Branchen der IKT, Medien- und Kreativwirtschaft.



● Gesamtwirtschaft Berlin-Brandenburg ● Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft

Quelle: House of Research, Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe; Sonderauswertung der Umsatzsteuerstatistik 2017 und der Beschäftigungsstatistik 2018 für Berlin-Brandenburg

# EINLEITUNG

---

## Flexible Arbeitszeiten, Verankerung in der Unternehmensstrategie, Förderung von Netzwerken – so setzen die Berlin-Brandenburger Medienunternehmen Diversität um

Die Berlin-Brandenburger Medienunternehmen setzen vor allem auf die Flexibilisierung von Arbeitszeit und/oder -ort, um Diversität umzusetzen – dies geben 62% der Befragten an. Auch die Verankerung von Diversität in der Unternehmensstrategie (41%) und die Anwendung von Diversitätskriterien bei der Auswahl von Bewerber\*innen (30%) sind häufig genannte Maßnahmen. Deutlich seltener werden die Wahrung der Parität bei der Besetzung von Leitungspositionen (12%) genannt sowie die Einrichtung einer eigenen Abteilung oder die Benennung eines/einer Diversitätsverantwortlichen (8%). Knapp ein Fünftel der befragten Unternehmen (19%) gibt an, gar keine Maßnahmen zur Umsetzung von Diversität zu ergreifen.

### Noch zu wenig Frauen in Führungspositionen

Die Medienbranche Berlin-Brandenburg ist bereits sehr weiblich, dies bestätigen die Ergebnisse des medien.barometers 2019/2020: 81% der befragten Unternehmen geben an, Frauen in Führungspositionen mit Personalverantwortung (mittleres Management) zu beschäftigen. In immerhin 19% der Unternehmen ist mehr als die Hälfte dieser Führungspositionen mit Frauen besetzt. Dagegen sind in 34% der Unternehmen keine Frauen in Geschäftsführungs- oder Vorstandspositionen vertreten.

### Vor allem international aufgestellte Medienunternehmen beschäftigen Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit

Auch was die Diversität in puncto Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit betrifft, ist noch Luft nach oben: In knapp einem Viertel (24%) der befragten Unternehmen arbeiten gar keine Menschen mit ausländischer Staatsangehörigkeit, in nur 54% der Unternehmen sind Führungs-

positionen im mittleren Management überhaupt mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit besetzt, und in 43% der Unternehmen gilt dies für Geschäftsführungs- und Vorstandspositionen. Dagegen liegt dieser Wert in Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen unterhalten (insgesamt 75% der befragten Unternehmen) etwas höher: 81% der international aufgestellten Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit, 37% von ihnen sogar mehr als ein Viertel, während nur 58% der Unternehmen ohne internationale Geschäftsbeziehungen überhaupt ausländische Mitarbeiter\*innen beschäftigen.

### Diverser aufgestellte Unternehmen sind erfolgreicher und schauen optimistischer in die Zukunft

Dabei belegen zahlreiche Studien, dass Unternehmen mit divers aufgestellten (Führungs-)Teams erfolgreicher sind als der Durchschnitt (so zum Beispiel McKinsey&Company 2018: Delivering through Diversity oder Accenture 2019: Equality = Innovation). Und das medien.barometer 2019/2020 bestätigt: Die Zufriedenheit liegt in Unternehmen, in denen 51% bis 75% der Führungspositionen mit Menschen ausländischer Staatsangehörigkeit besetzt sind, bei 100%. In Unternehmen, in denen 76% bis 100% der Führungspositionen mit ausländischen Staatsbürgern besetzt sind, liegt sie bei 92%.

Diese Unternehmen blicken zudem optimistischer in die Zukunft: Während im Durchschnitt 41% der Unternehmen steigende Umsätze erwarten, tun dies 71% der Unternehmen, in denen die Hälfte bis zwei Drittel der Führungspositionen mit Menschen ausländischer Staatsangehörigkeit besetzt sind.

### **Zusammenhang von Diversität und Unternehmenserfolg:**

#### **Noch fehlt das Bewusstsein**

Dagegen bewerten nur 12% der Befragten Diversität als eines der drei wichtigsten Themen für die kommenden zwölf Monate – nach Themen wie technologische Innovationen (43%), Finanzierung/Förderung (42%), Expansion/Wachstum (39%) oder die Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle (37%). Für die Zukunft gilt es daher, das Bewusstsein für die kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung divers aufgestellter (Führungs-)Teams zu schärfen.

#### **Altersstruktur**

Zu einem divers aufgestellten Unternehmen gehören nicht nur die Parität zwischen Frauen und Männern und unterschiedliche Nationalitäten, Diversität bedeutet auch eine gemischte Altersstruktur. Das medien.barometer 2019/2020 zeigt, dass die häufigste Altersspanne in den Berlin-Brandenburger Medienunternehmen bei 25 bis 40 Jahren liegt: 88% der Befragten geben an, Mitarbeiter\*innen in dieser Altersspanne zu beschäftigen, 80% der Unternehmen beschäftigen Menschen im Alter zwischen 40 und 55 Jahren. Dagegen sind die Jüngeren bis 25 Jahren in nur 56% der Unternehmen und die Älteren ab 55 Jahren in nur jedem zweiten Unternehmen und damit deutlich seltener vertreten.

#### **medien.barometer-Geschäftsklimaindex: Berlin-Brandenburger Medienwirtschaft weiterhin stabil, Unternehmen solide aufgestellt**

Die wirtschaftliche Lage der Medienunternehmen in Berlin-Brandenburg ist weiterhin stabil: 63% der Befragten sind zufrieden (43%) bis sehr zufrieden (20%) mit dem Geschäftsverlauf ihres Unternehmens im zurückliegenden Jahr. Das sind acht Prozentpunkte mehr als im Vorjahr (2018: 55%). Damit erreicht die Zufriedenheit beinahe wieder den hohen Wert aus dem Jahr 2017 (69%). Auch blicken die Unternehmen optimistisch in die Zukunft: 84% rechnen für die kommenden zwölf Monate mit steigenden (41%) bzw. stabil bleibenden (43%) Umsätzen. Dies ist ein nur leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (2018: 86%).

Erstmalig enthält das medien.barometer berlinbrandenburg 2019/2020 einen Geschäftsklimaindex, der die Entwicklung des Geschäftsklimas und die Umsatzerwartungen der Berlin-Brandenburger Medienunternehmen im Zeitverlauf seit 2013 abbildet. An ihm wird sichtbar, dass sich die Medienwirtschaft mit insgesamt 139 Punkten nach einem Rückgang 2018 (134 Punkte im Vergleich zu 149 Punkten im Jahr 2017) langsam wieder erholt. Dieser Wert liegt damit immer noch über dem von der IHK für die Berliner Gesamtwirtschaft errechneten Wert (119 Punkte) – was für eine generell stabile wirtschaftliche Lage der Berlin-Brandenburger Medienunternehmen spricht.

#### **Die Medien- und Kreativwirtschaft hat Gewicht**

Dies stützt auch die Auswertung der aktuellen statistischen Kennzahlen zu Umsatz, Unternehmenszahl und Beschäftigten im Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft: Mit 13,5 Mrd. Euro Umsatz im Jahr 2017 (dies sind die aktuellsten verfügbaren Zahlen) kann die Medienwirtschaft eine Steigerung von 11,3% im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen (2016: 12,16 Mrd. Euro) und stellt 29% der Umsätze des gesamten Clusters. Auch die Zahl der Unternehmen hat leicht zugenommen: Um 4,8% von 17.555 im Jahr 2016 auf 18.397 im Jahr 2017. Dies spiegelt sich zugleich in der ebenfalls gestiegenen Anzahl sozialversicherungspflichtig Beschäftigter, die 2017 um 10,1% auf 104.142 stieg (2016: 94.624).

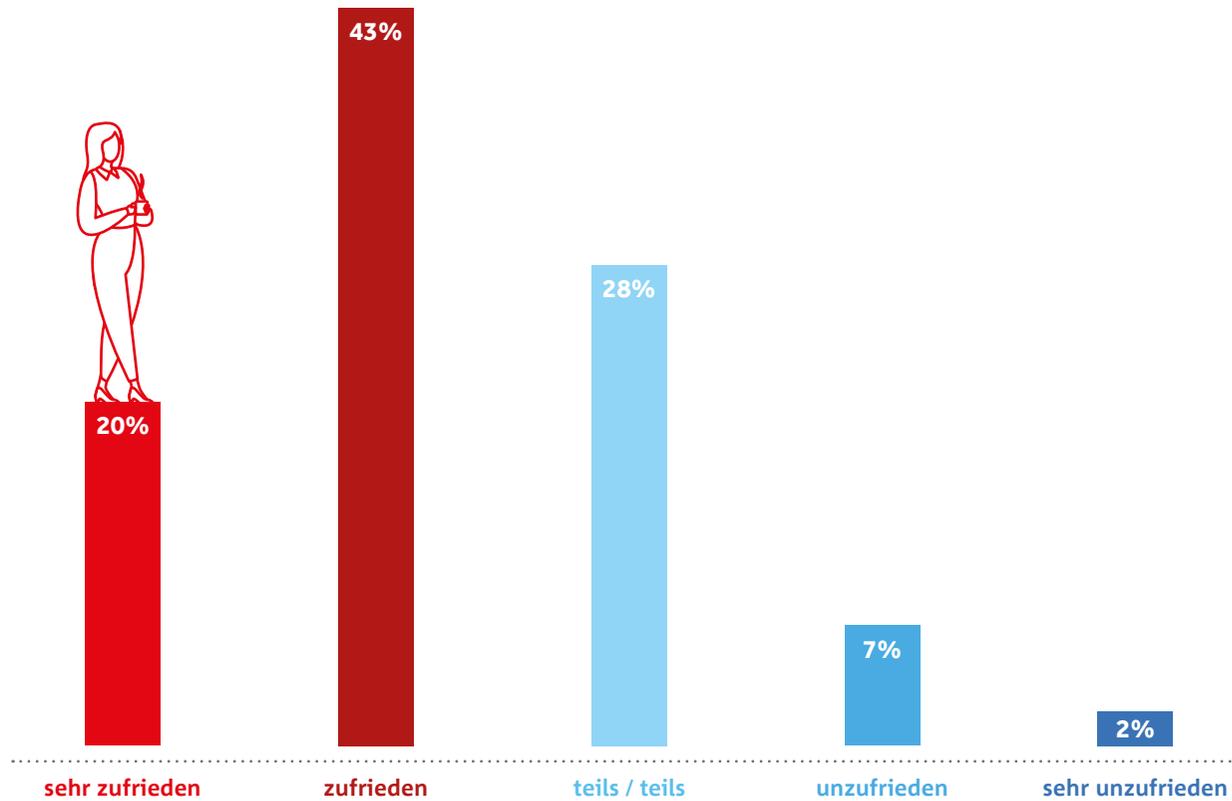
Mit einem Gesamtumsatz von 46,6 Mrd. Euro im Jahr 2017 liegt das Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft im Berlin-Brandenburger Branchenvergleich an dritter Stelle – nach dem Handel (76,6 Mrd. Euro) und dem verarbeitenden Gewerbe (58,1 Mrd. Euro). Das gesamte Cluster stellt im Jahr 2017 einen Anteil von 14,8% an der Berlin-Brandenburger Gesamtwirtschaft (315 Mrd. Euro).

# 1

## GESCHÄFTSKLIMA

### 1.1 ZUFRIEDENHEIT MIT DEM GESCHÄFTSVERLAUF

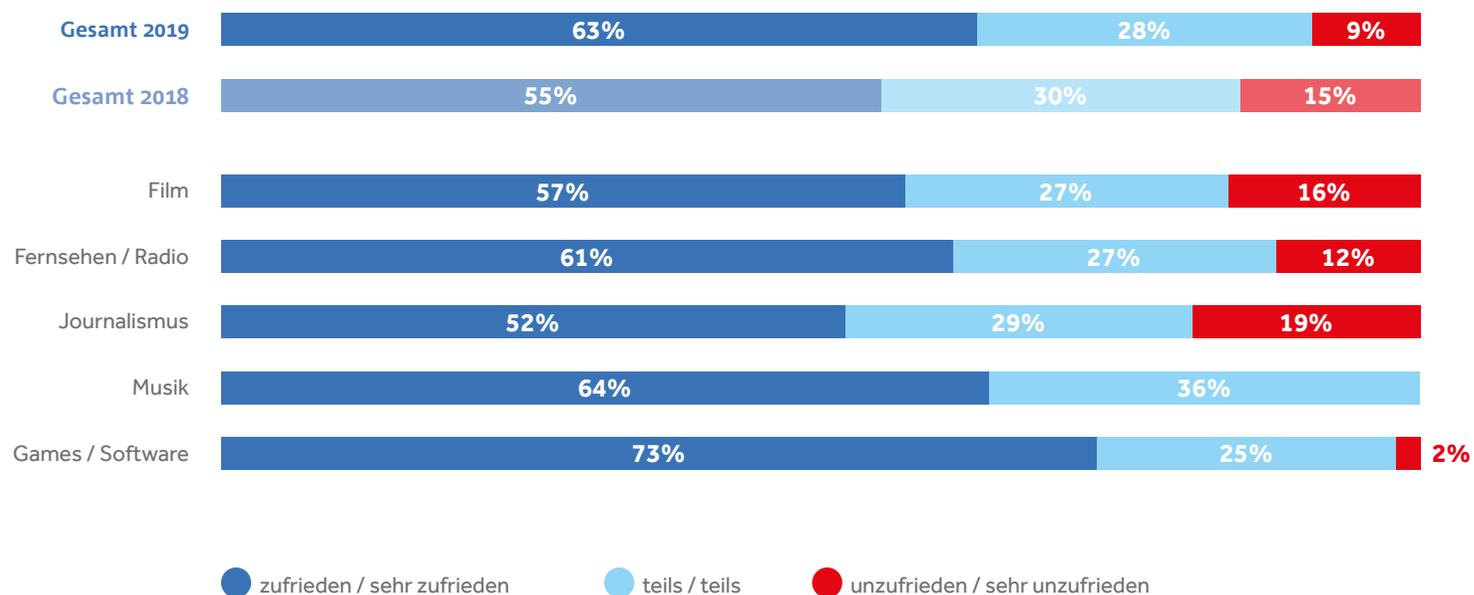
Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsverlauf Ihres Unternehmens im Vergleich zum Vorjahr?



# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.1 ZUFRIEDENHEIT MIT DEM GESCHÄFTSVERLAUF

Wie zufrieden sind Sie mit dem aktuellen Geschäftsverlauf Ihres Unternehmens im Vergleich zum Vorjahr?



*Größere Unternehmen sind zufriedener*

*Zufrieden bis sehr zufrieden:*

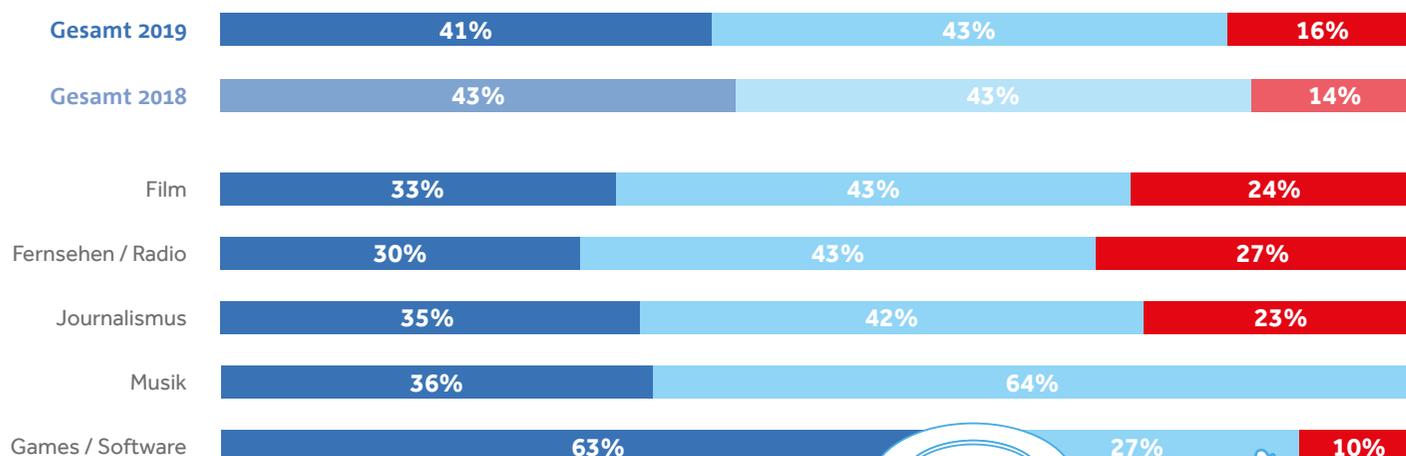
*88% Unternehmen mit 51–100 Mitarbeiter\*innen*

*72% Unternehmen mit 101–250 Mitarbeiter\*innen*

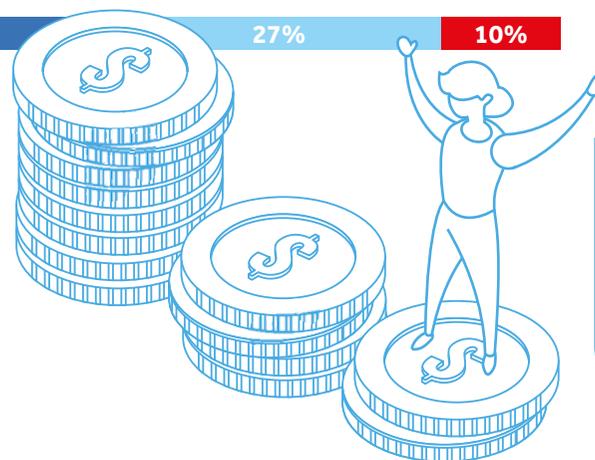
# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.2 UMSATZENTWICKLUNG FÜR DAS KOMMENDE JAHR

Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung Ihres Unternehmens für die kommenden 12 Monate ein?



● Wird steigen ● Bleibt stabil ● Wird sinken



*Jüngere Unternehmen sind optimistischer*

*69% der Unternehmen zwischen 1 und 5 Jahren erwarten steigende Umsätze.*

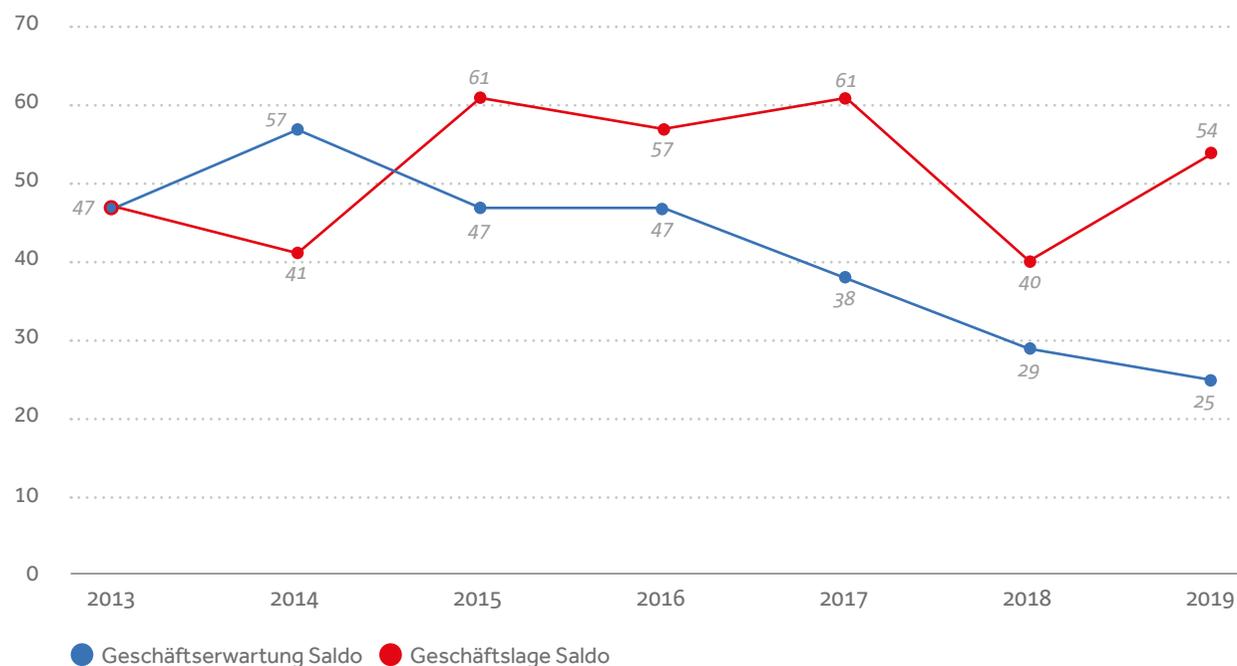
*„Diversität ist absolut notwendig.“*

*Julia Jäkel, CEO Gruner + Jahr*

# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.3 MEDIEN.BAROMETER GESCHÄFTSKLIMAINDEX: SALDO VON GESCHÄFTSLAGE UND UMSATZERWARTUNG

medien.barometer Geschäftslage (Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsverlauf Ihres Unternehmens im Vergleich zum Vorjahr?) und Umsatzerwartung (Wie schätzen Sie die Umsatzentwicklung Ihres Unternehmens für die kommenden 12 Monate ein?) in Prozentpunkten



### medien.barometer Geschäftsklimaindex (Seite 15)

Der medien.barometer Geschäftsklimaindex bildet die Entwicklung des Geschäftsklimas in der Zeitreihe ab.

Hierfür werden Geschäftslage und Erwartung als Salden der positiven und negativen Einschätzungen in Prozentpunkten dargestellt.

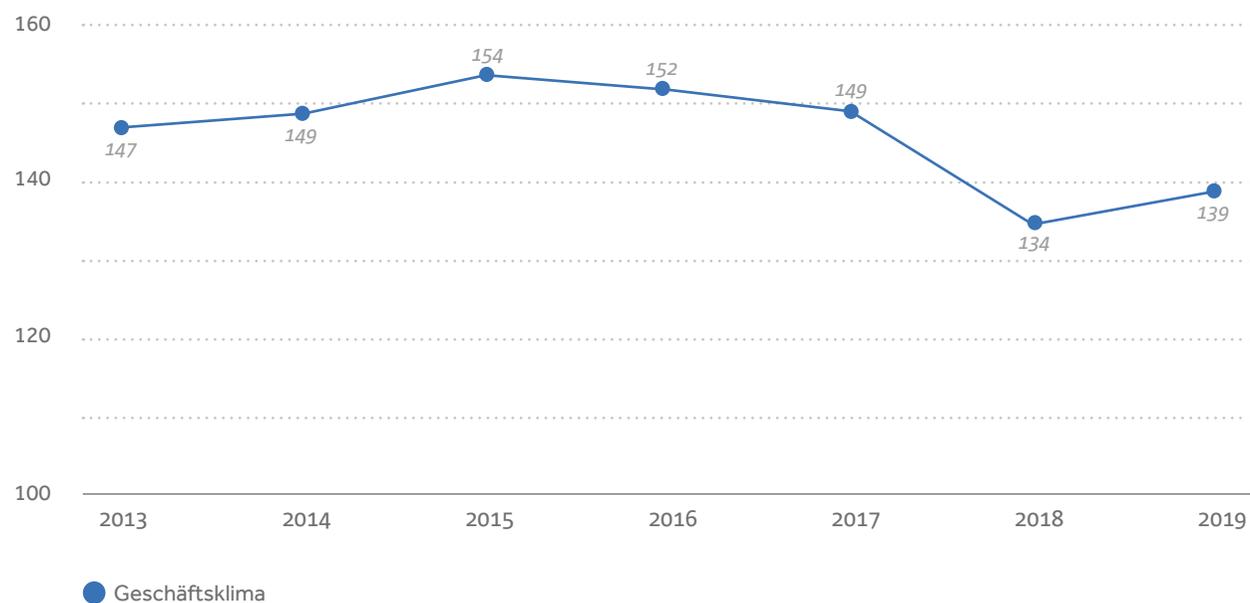
Der Geschäftsklimaindex wird analog zu dem Geschäftsklimaindex der IHK aus dem geometrischen Mittel der Salden aus Geschäftslage und Geschäftserwartungen berechnet.

Er errechnet sich als Quadratwurzel aus dem Produkt beider Salden. Wenn beide Salden gleich null sind, nimmt der Indikator den neutralen Wert 100 an. Das geometrische Mittel gilt als „konservativer“ Durchschnitt, weil stets der niedrigere Saldo stärker gewichtet wird.

# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.3 MEDIEN.BAROMETER GESCHÄFTSKLIMAINDEX

medien.barometer Geschäftsklimaindex



### *medien.barometer Geschäftsklimaindex*

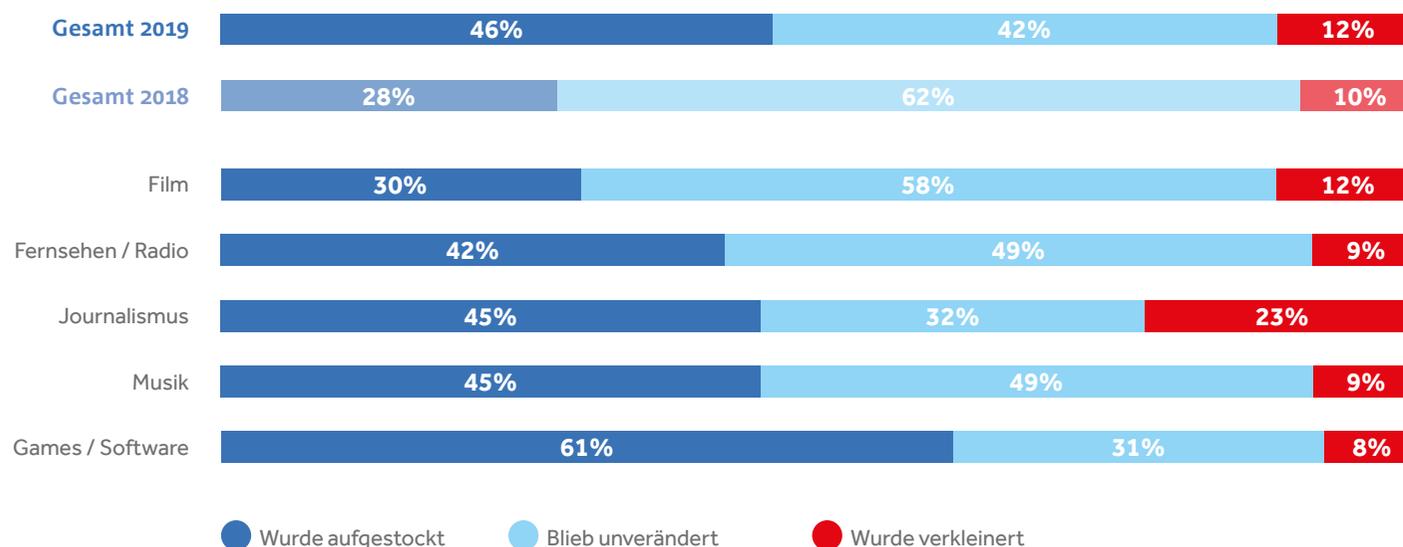
Das Geschäftsklima der Medienbranche in der Hauptstadtregion erholt sich nach einem Rückgang 2018 langsam wieder.

Mit 138,7 Punkten liegt der neu erhobene medien.barometer Geschäftsklimaindex nun deutlich über dem von der IHK Berlin berechneten Wert für die Berliner Gesamtwirtschaft im Herbst 2019 (119 Punkte, nach 137 Punkten im Sommer 2019).

# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.4 PERSONALENTWICKLUNG

Wie hat sich die Personalsituation in Ihrem Unternehmen in den letzten 12 Monaten entwickelt?



Größere Unternehmen haben mehr eingestellt:

88% der Unternehmen mit 51–100 Mitarbeiter\*innen haben Personal aufgestockt.



„Uns geht es um eine glaubwürdige Positionierung gegenüber potentiellen Mitarbeitern. Arbeitnehmer von heute legen Wert auf Unternehmen, die gute Bedingungen bieten, aber sich auch auf gesellschaftlicher Ebene engagieren, zum Beispiel indem die Diversifizierung der Belegschaft vergrößert wird und bislang benachteiligte Gruppen gefördert werden. Bei Wooga engagieren wir uns auf mehreren Ebenen – sei es durch die Unterstützung von bei uns angestellten Eltern,

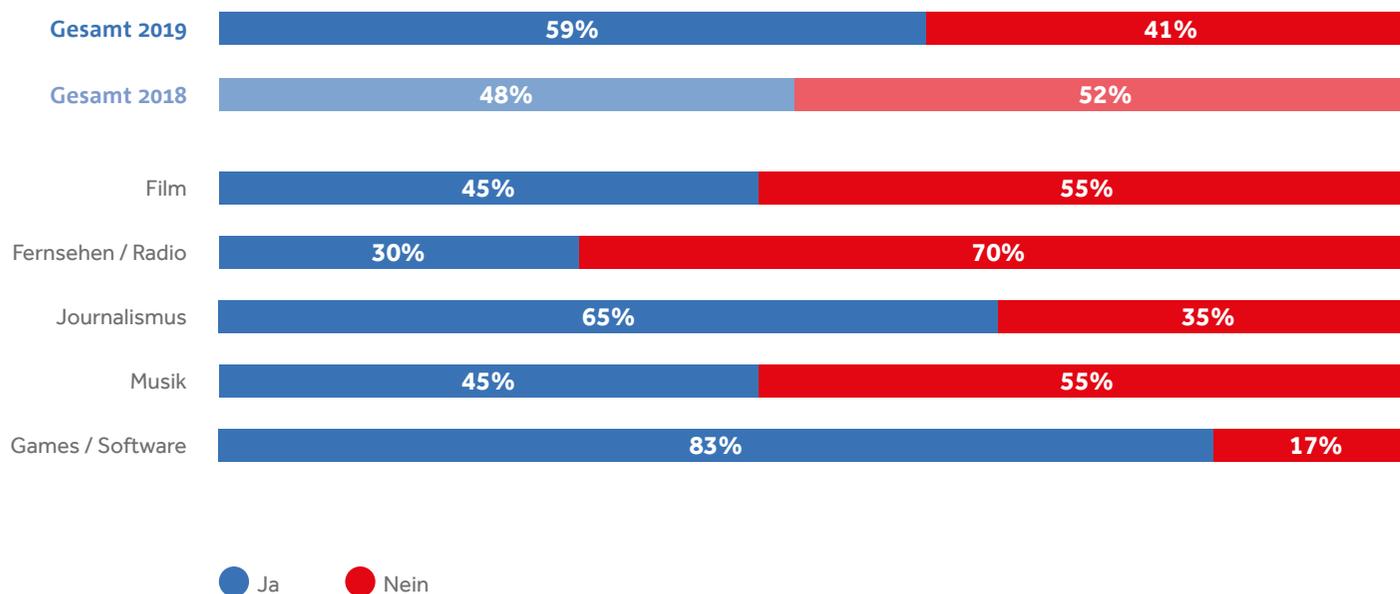
großen Gestaltungsspielraum für von Mitarbeitern initiierte Interessengruppen im Bereich LGBT+ und Nachhaltigkeit oder das zur Verfügungstellen unserer Räumlichkeiten für Veranstaltungen wie den Girls' Games Workshop – um nur einige Beispiele zu nennen.“

Jens Begemann,  
Geschäftsführer Wooga

# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.5 PERSONALPLANUNG

Planen Sie, in den nächsten 12 Monaten Personal einzustellen?



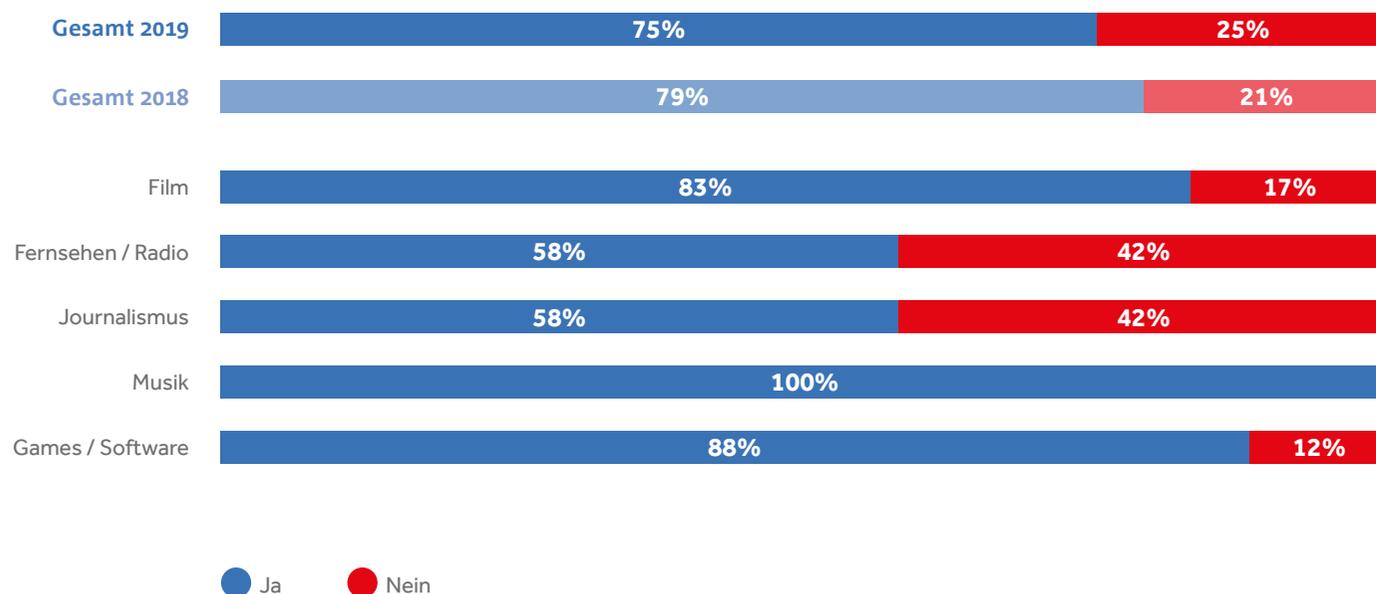
*Große und jüngere Unternehmen planen einzustellen:*

83% der Unternehmen mit >250 Mitarbeiter\*innen und 75% der Unternehmen zwischen 1 und 5 Jahren wollen einstellen.

# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.6 INTERNATIONALE GESCHÄFTSBEZIEHUNGEN

Unterhalten Sie internationale Geschäftsbeziehungen?



*International aufgestellte Unternehmen sind diverser!*

Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen unterhalten, beschäftigen mehr Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit als diejenigen ohne internationale Geschäftsbeziehungen:

**81%** der Unternehmen, die internationale Geschäftsbeziehungen unterhalten, haben Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsbürgerschaft, aber dies gilt nur für

**58%** der Unternehmen **ohne** internationale Geschäftsbeziehungen.

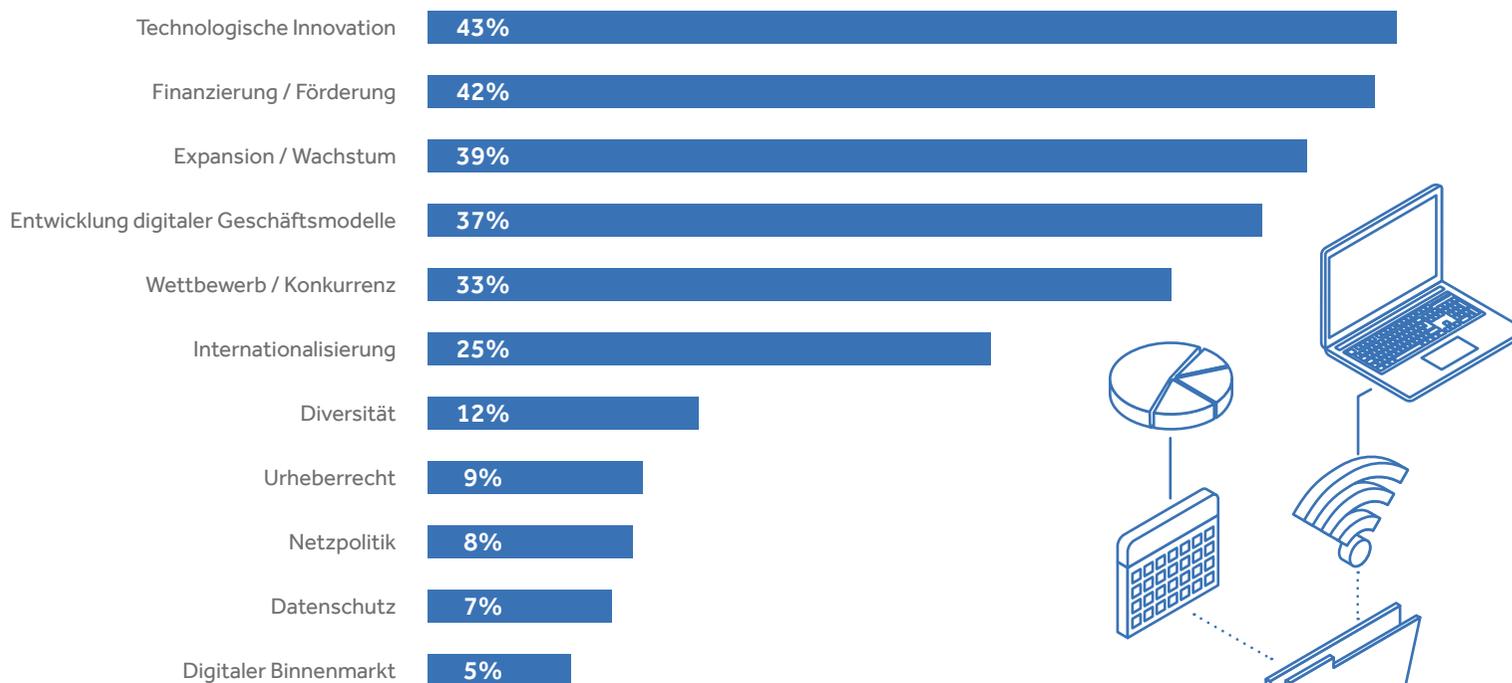
**Kein** Unternehmen ohne internationale Geschäftsbeziehungen hat **mehr als**

**50%** Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

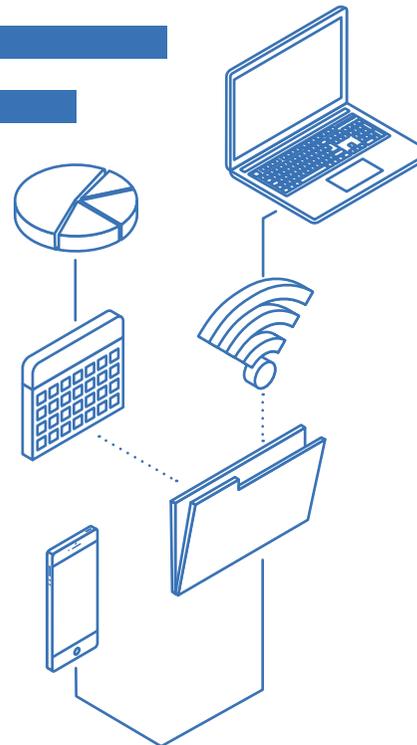
# GESCHÄFTSKLIMA

## 1.7 DIE WICHTIGSTEN THEMEN IN DEN KOMMENDEN MONATEN

Welches sind die drei wichtigsten Themen für Ihr Unternehmen in den kommenden 12 Monaten\* ?



\*Bis zu 3 Nennungen



### Diversität:

Für **12%** der Unternehmen ist Diversität eines der drei wichtigsten Themen – nach **technologischen Innovationen** (43%) und **Expansion/Wachstum** (39%).

Aktuelle, **internationale Studien** zeigen, dass divers aufgestellte (Führungs-)Teams deutlich bessere Ergebnisse erzielen als weniger divers aufgestellte Unternehmen.

(Vgl. z.B. McKinsey&Company 2018: *Delivering through Diversity*)

### Filmbranche:

**55%** Finanzierung/Förderung

**34%** Technologische Innovationen

**21%** Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle

### Gamesbranche:

**55%** Finanzierung/Förderung

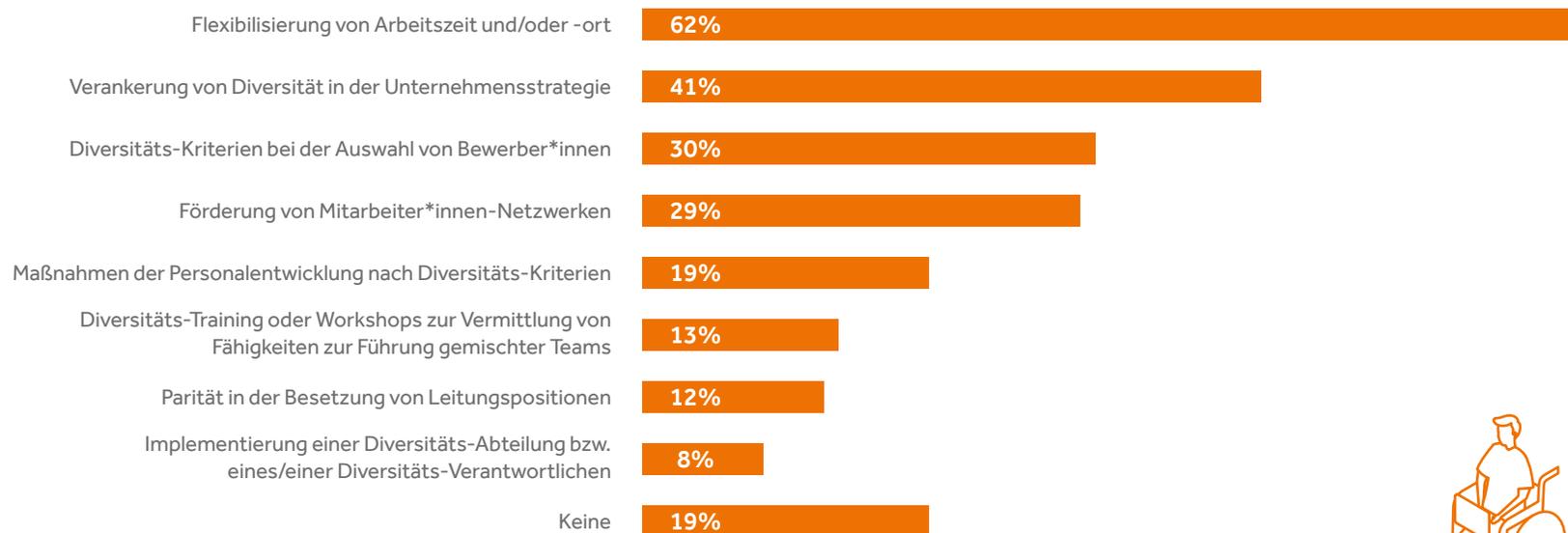
**53%** Expansion/Wachstum

# 2

## SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

### 2.1 MASSNAHMEN ZUR UMSETZUNG VON DIVERSITÄT

Welche Maßnahmen zur Umsetzung von Diversität ergreifen Sie in Ihrem Unternehmen?



**Mehr Diversität**  
durch Flexibilisierung der Arbeit und Verankerung in der Unternehmensstrategie

**Keine Maßnahmen:**  
27% der Gamesunternehmen  
23% der Filmunternehmen

**Diversitäts-Abteilung/-Verantwortliche\*:**  
16% Games/Software-Unternehmen  
13% Journalismus/Verlage

**Paritätische Besetzung von Leitungspositionen:**  
26% Journalismus/Verlage

Die Flexibilisierung der Arbeit ist auch laut BCG-Studie die wichtigste Maßnahme zur Umsetzung von Diversität.

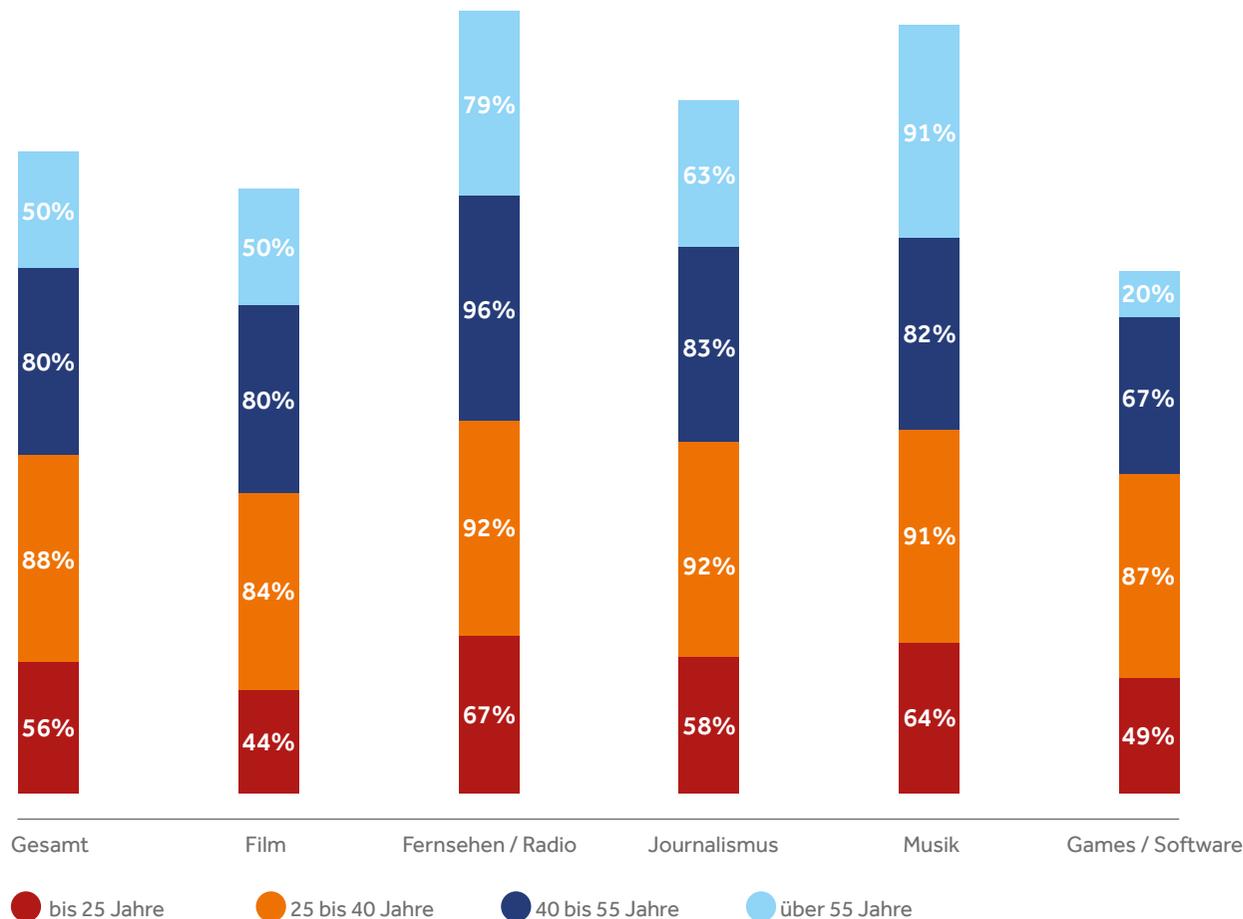
Vgl. BCG 2016: Diversity in Deutschland



# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.2 DIE ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

Gesamtüberblick über die Altersstruktur nach Branchen: Alter der Beschäftigten



### Gemischte Altersstruktur

44% der befragten Unternehmen beschäftigen keine Mitarbeiter\*innen unter 25 Jahren

50% der befragten Unternehmen beschäftigen keine Mitarbeiter\*innen über 55 Jahren

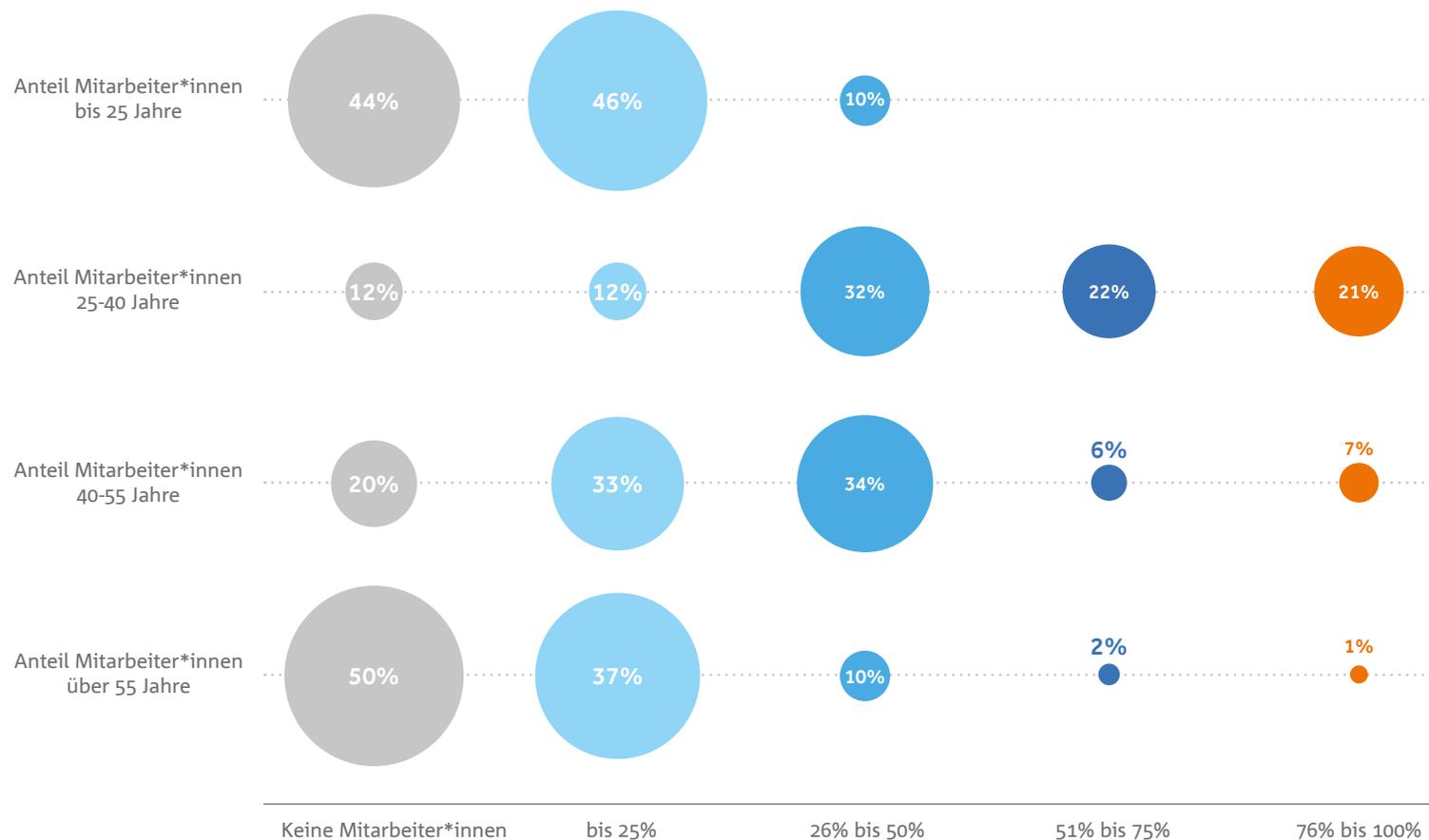
80% der befragten **Games-unternehmen** beschäftigen keine Mitarbeiter\*innen über 55 Jahren

91% der befragten **Musik-unternehmen** beschäftigen Mitarbeiter\*innen über 55 Jahren

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.2 DIE ALTERSSTRUKTUR DER UNTERNEHMEN

Welche Altersstruktur hat Ihr Unternehmen?



Die meisten Mitarbeiter\*innen der Berlin-Brandenburger Medienbranche sind zwischen 25 und 55 Jahre alt.

**25-40-Jährige:**

32% der Unternehmen haben bis zu 25% 25-40-Jährige  
22% der Unternehmen haben 26-50% 25-40-Jährige

**40-55-Jährige:**

33% der Unternehmen haben bis zu 25% 40-55-Jährige  
34% der Unternehmen haben 26-50% 40-55-Jährige

**Bis zu 25% Mitarbeiter\*innen bis 25 Jahre:**

64% Musik  
58% Fernsehen/Radio  
50% Journalismus

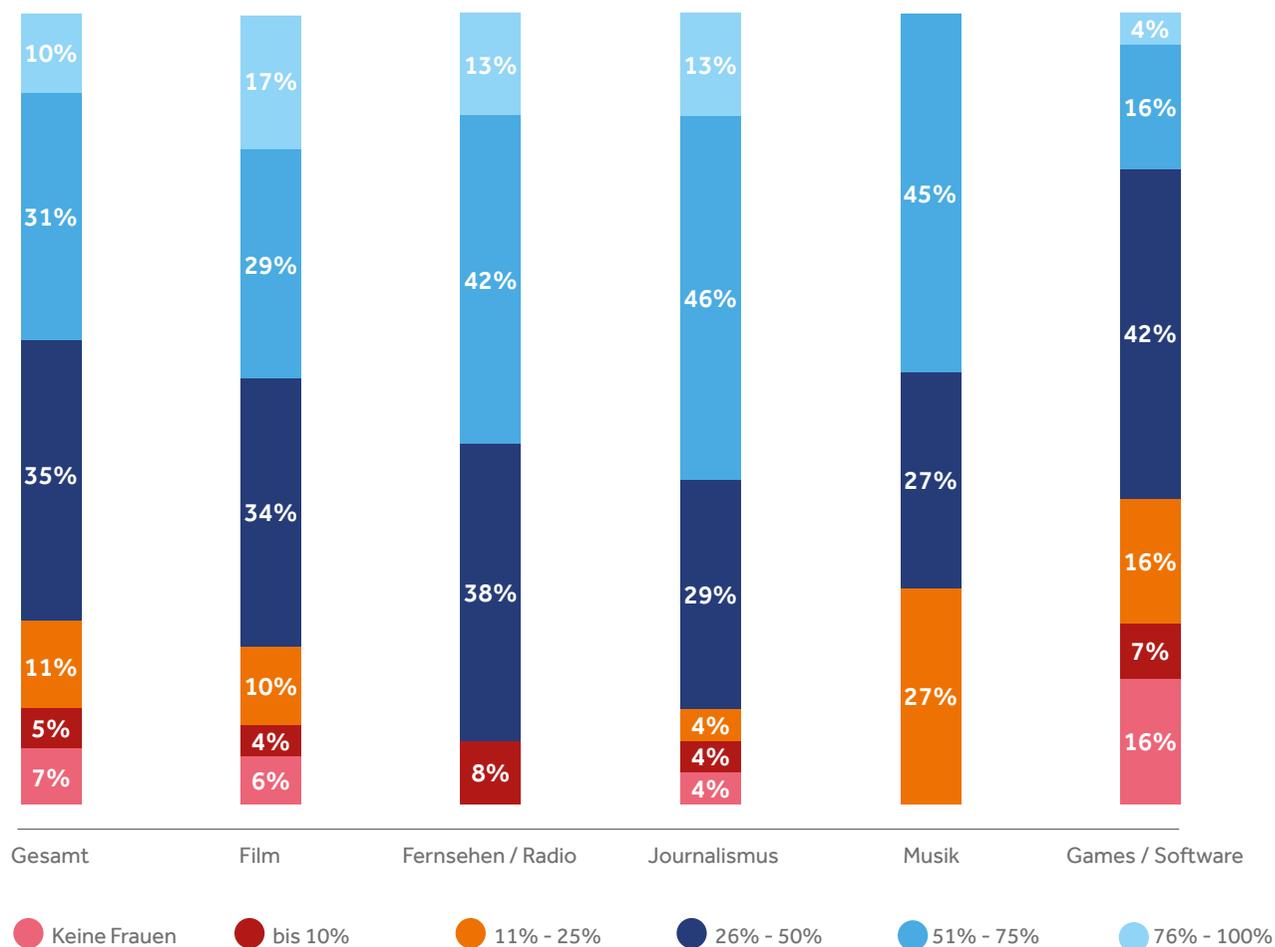
**Bis zu 25% Mitarbeiter\*innen über 55 Jahre:**

73% Musik

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.3 ANTEIL VON FRAUEN IN DEN UNTERNEHMEN

Wie hoch ist der Anteil an Frauen in Ihrem Unternehmen?



*In 41% der Unternehmen ist mehr als die Hälfte der Beschäftigten weiblich.*

10% geben an, mehr als 75% Frauen zu beschäftigen. 31% haben einen Frauenanteil zwischen 51% und 75%.

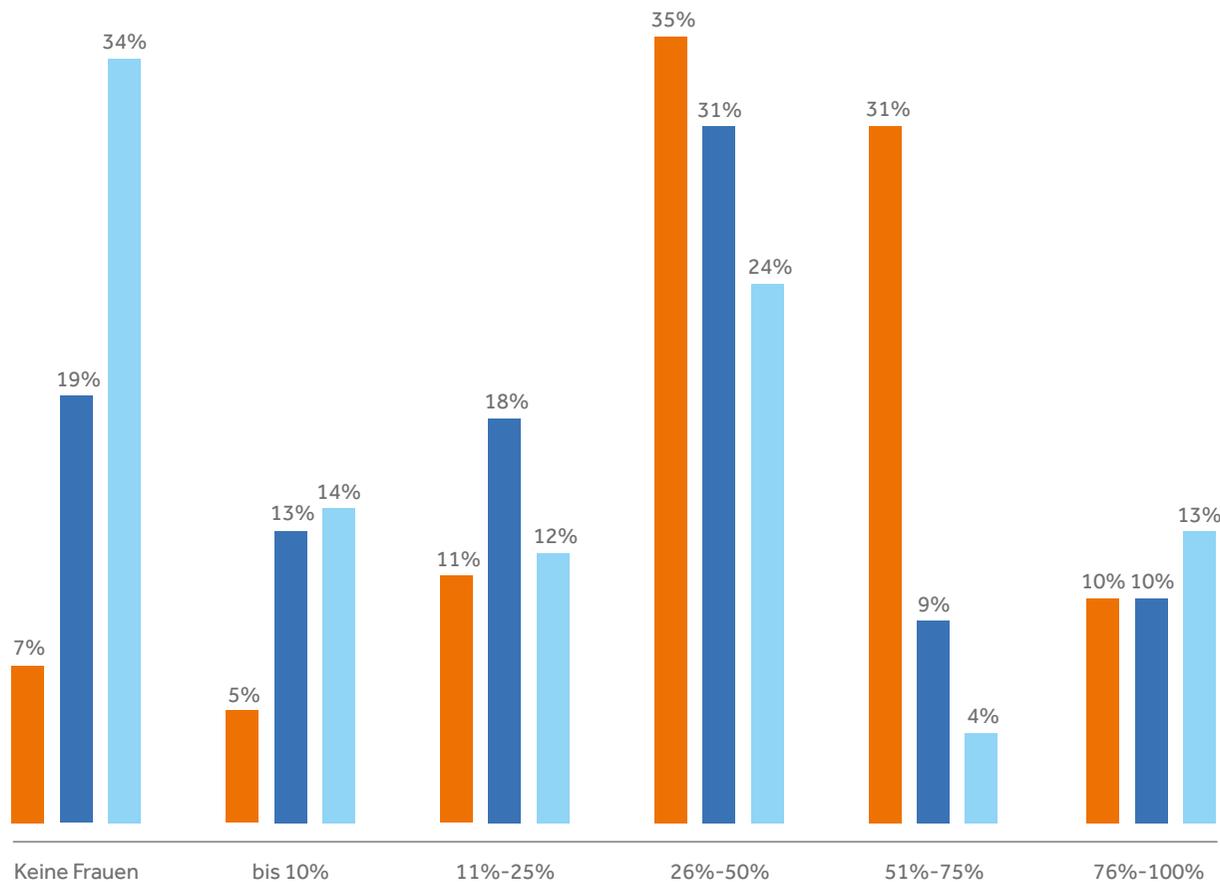
*Keine Frauen arbeiten...*

- ... in 7% der Unternehmen insgesamt
- ... in 16% der Games-/Softwareunternehmen
- ... in 24% der jungen Unternehmen (< 1 Jahr)
- ... in 21% der kleinen Unternehmen (1-5 MA)

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.3 ANTEIL VON FRAUEN IN DEN UNTERNEHMEN

Wie hoch ist in Ihrem Unternehmen der Anteil an Frauen...



● ... gesamt ● ... in Führungspositionen mit Personalverantwortung im mittleren Management ● ... in Geschäftsführungs-/Vorstandspositionen

*Die Berlin-Brandenburger Medienbranche ist weiblich – aber noch nicht weiblich genug, wenn es um Führungspositionen geht!*

In **19%** der Unternehmen sind mehr als **50%** der **Führungspositionen mit Personalverantwortung** im mittleren Management mit **Frauen** besetzt.

In **24%** der Unternehmen sind zwischen **26% und 50%** der **Geschäftsführungs- bzw. Vorstandspositionen** mit Frauen besetzt.

**Zum Vergleich:**

**30** größte Unternehmen mit mind. **30% Frauenanteil im Vorstand:**

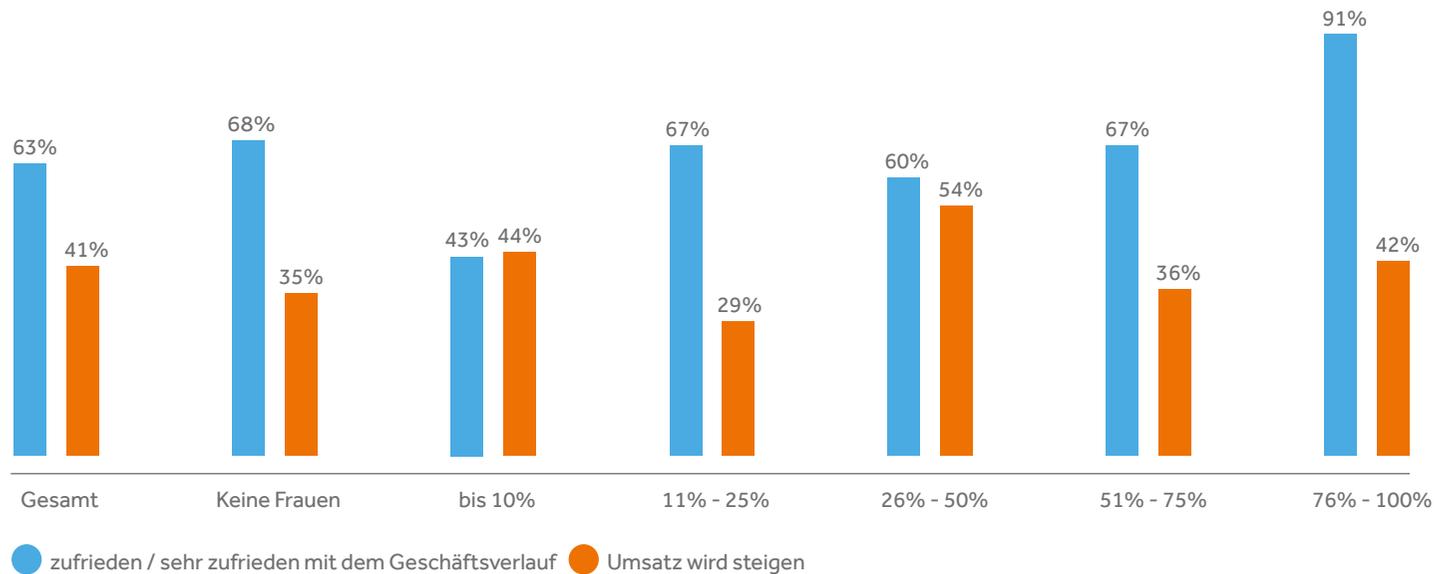
- 43% USA
- 33% Großbritannien
- 20% Frankreich
- 0% Deutschland

*(Allbright Stiftung 2019: Entwicklungsland. Deutsche Konzerne entdecken erst jetzt Frauen für die Führung)*

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.3 ANTEIL VON FRAUEN IN DEN UNTERNEHMEN

Anteil Frauen in Führungspositionen / Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf & Umsatzerwartung



*Hohe Zufriedenheit in Unternehmen mit einem hohen Frauenanteil in Führungspositionen im mittleren Management*

Unternehmen, in denen mehr als 50% der Führungspositionen im mittleren Management mit Frauen besetzt sind, sind zufriedener mit dem Geschäftsverlauf als der Durchschnitt.



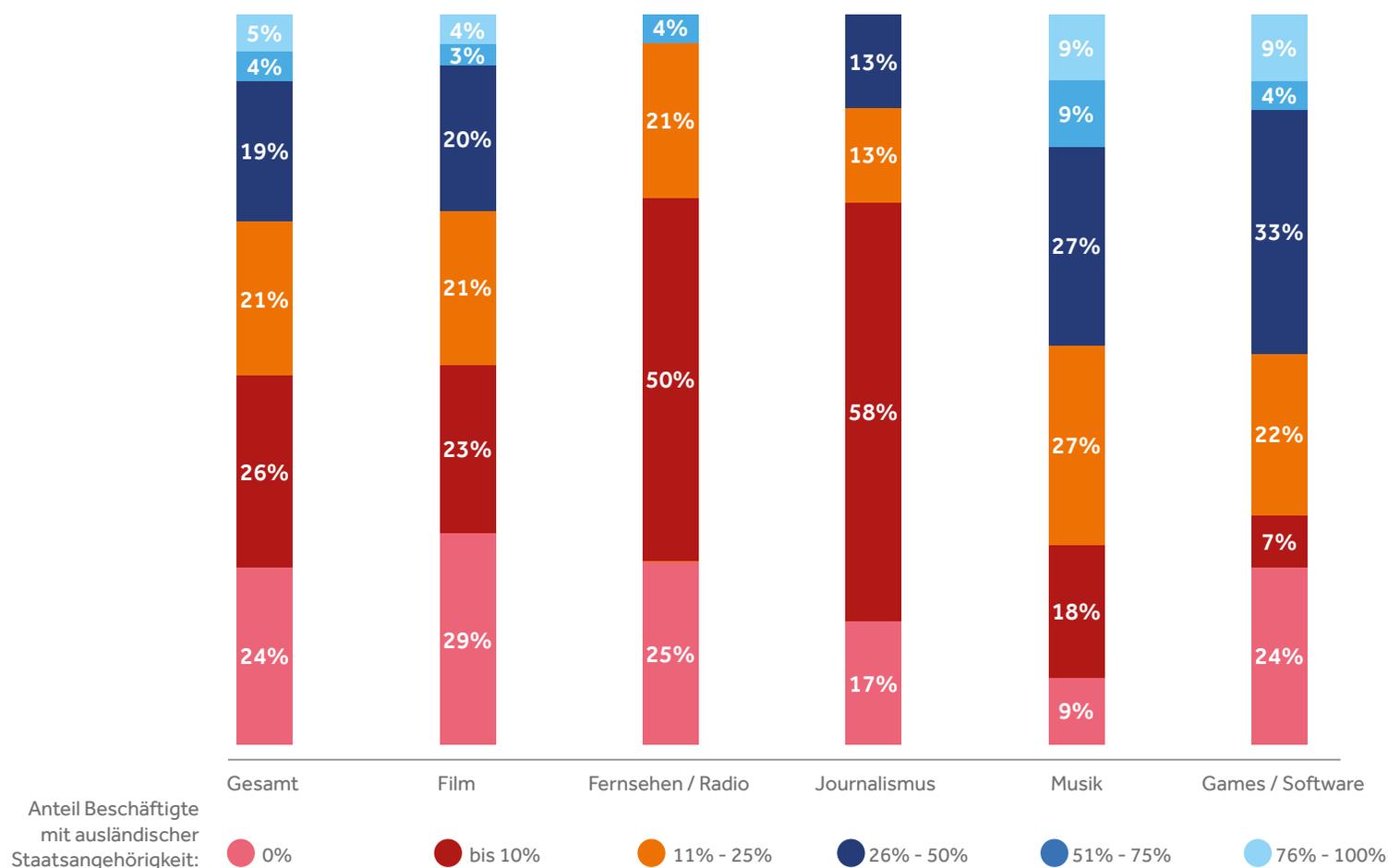
„Wir setzen uns sehr für Chancengleichheit im Film ein. Deshalb fördern wir bei gleicher Qualität das Projekt mit Regisseurin.“

*Kirsten Niehuus, Geschäftsführerin Filmförderung des Medienboard Berlin-Brandenburg*

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.4 ANTEIL VON MITARBEITER\*INNEN MIT AUSLÄNDISCHER STAATSANGEHÖRIGKEIT

Wie hoch ist in Ihrem Unternehmen der Anteil an Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit?



**Internationale Mischung:**  
76% der Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit. Diese kommen zu **89%** aus Ländern der **Europäischen Union**.

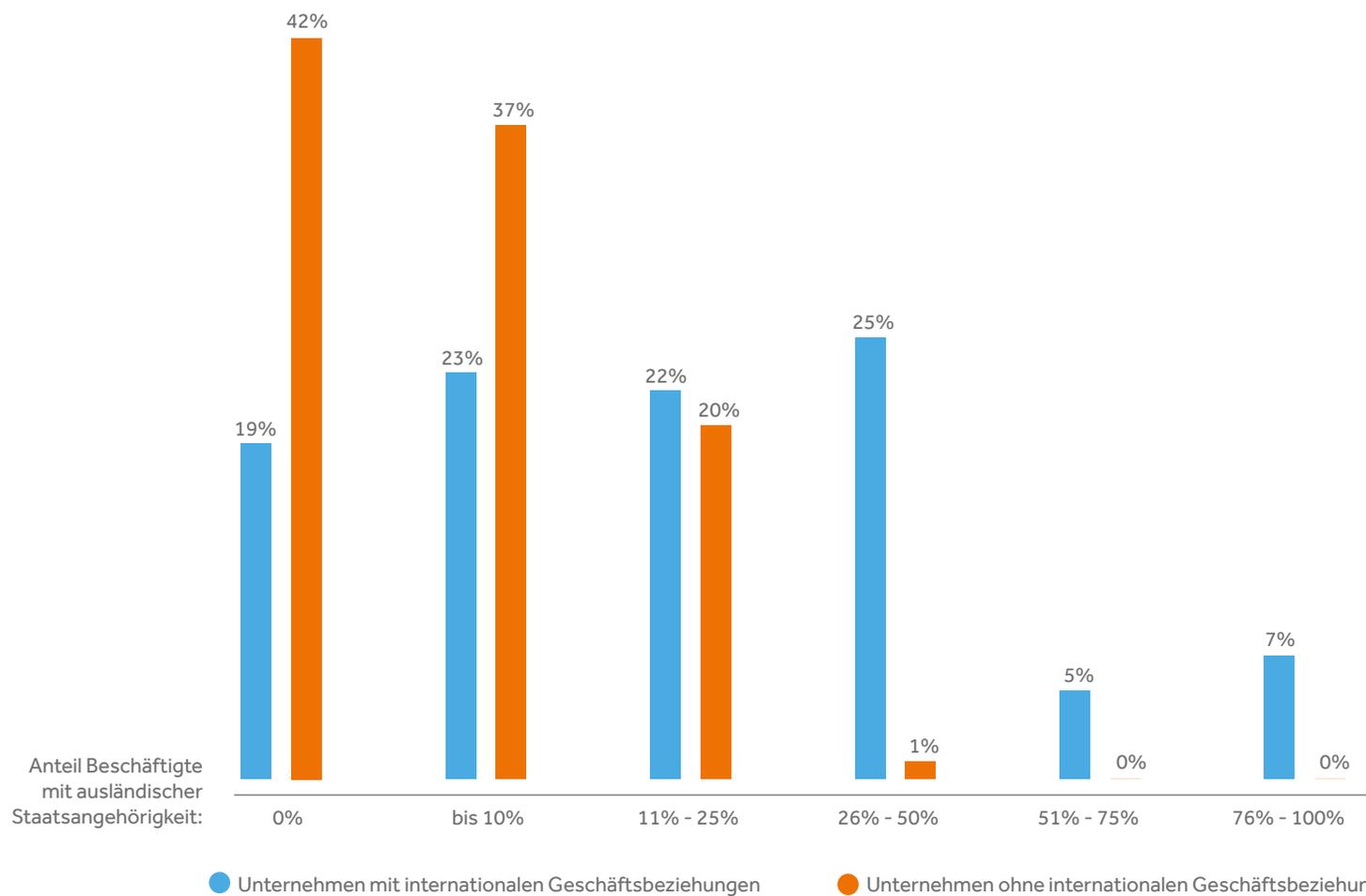
**Fernsehen/Radio und Journalismus:**  
75% der Unternehmen haben keine bzw. bis zu **10%** Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

**Games/Software:**  
33% haben zwischen 26% und 50% Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.4 ANTEIL VON MITARBEITER\*INNEN MIT AUSLÄNDISCHER STAATSANGEHÖRIGKEIT

Wie hoch ist der Anteil an Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit in Ihrem Unternehmen?



● Unternehmen mit internationalen Geschäftsbeziehungen ● Unternehmen ohne internationalen Geschäftsbeziehungen

Abweichungen von 100 Prozent sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

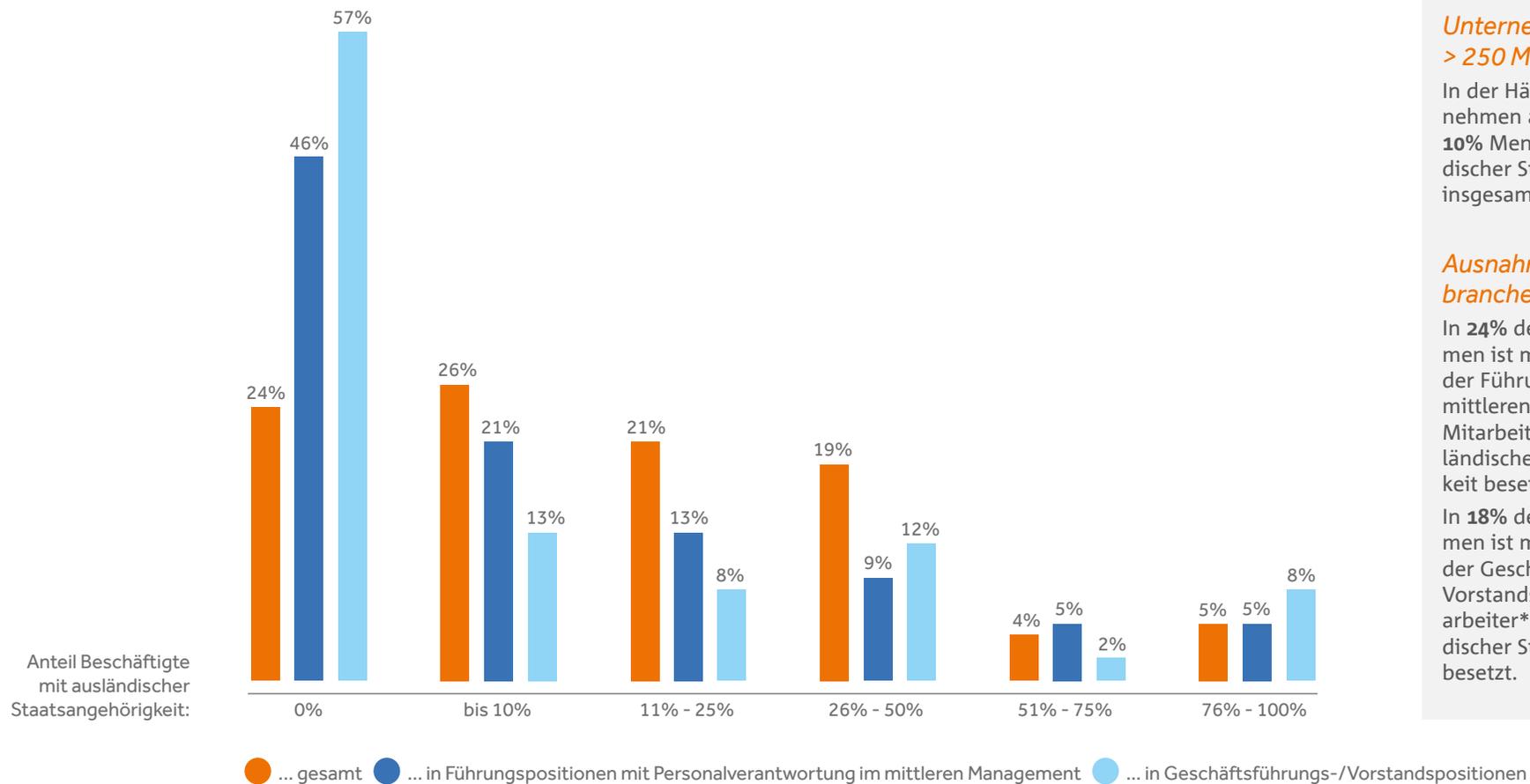
**Unternehmen**, die internationale Geschäftsbeziehungen unterhalten, beschäftigen mehr Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

**Ein Viertel** der Unternehmen mit internationalen Geschäftsbeziehungen hat zwischen 26% und 50% Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit.

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.4 ANTEIL VON MITARBEITER\*INNEN MIT AUSLÄNDISCHER STAATSANGEHÖRIGKEIT

Wie hoch ist in Ihrem Unternehmen der Anteil an Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit...



Abweichungen von 100 Prozent sind auf Rundungsdifferenzen zurückzuführen.

### Unternehmen mit > 250 Mitarbeiter\*innen:

In der Hälfte dieser Unternehmen arbeiten nur **bis zu 10%** Menschen mit ausländischer Staatsangehörigkeit insgesamt.

### Ausnahme Gamesbranche:

In **24%** der Gamesunternehmen ist mehr als die Hälfte der Führungspositionen im mittleren Management mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit besetzt.

In **18%** der Gamesunternehmen ist mehr als die Hälfte der Geschäftsführungs-/Vorstandspositionen mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit besetzt.

# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.4 ANTEIL VON MITARBEITER\*INNEN MIT AUSLÄNDISCHER STAATSANGEHÖRIGKEIT

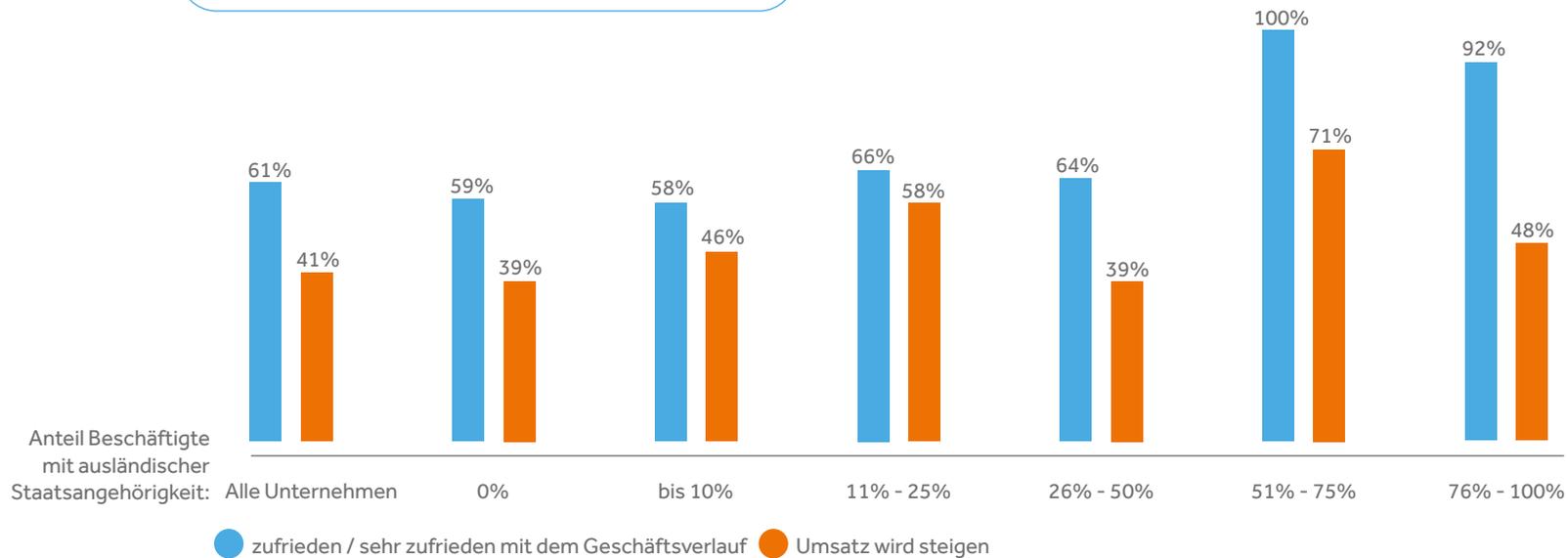
Anteil Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit / Zufriedenheit mit dem Geschäftsverlauf & Umsatzerwartung

Unternehmen im Top-Quartil für Gender Diversity in ihren Führungsteams hatten eine um 21% höhere Wahrscheinlichkeit, überdurchschnittlich profitabel zu sein als Unternehmen im untersten Quartil. In Bezug auf die ethnische/kulturelle Vielfalt hatten Top-Quartil-Unternehmen eine um 33% höhere Wahrscheinlichkeit, ihre Rentabilität zu übertreffen.

*McKinsey 2018: Delivering Through Diversity*

**Ausländische Mitarbeiter\*innen: höhere Zufriedenheit, mehr Optimismus**

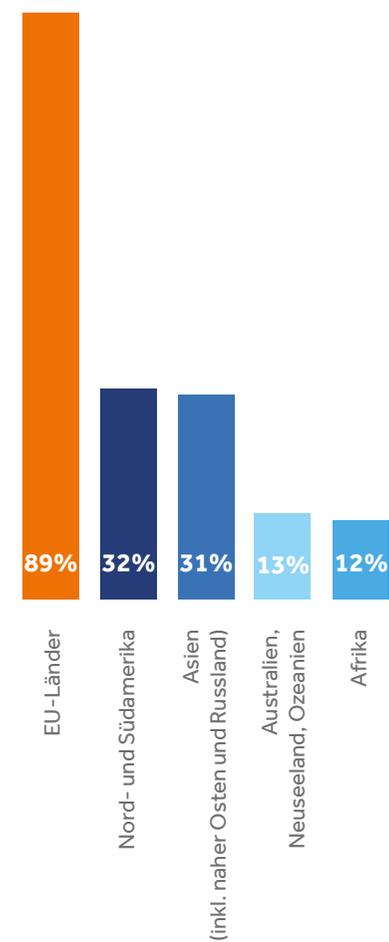
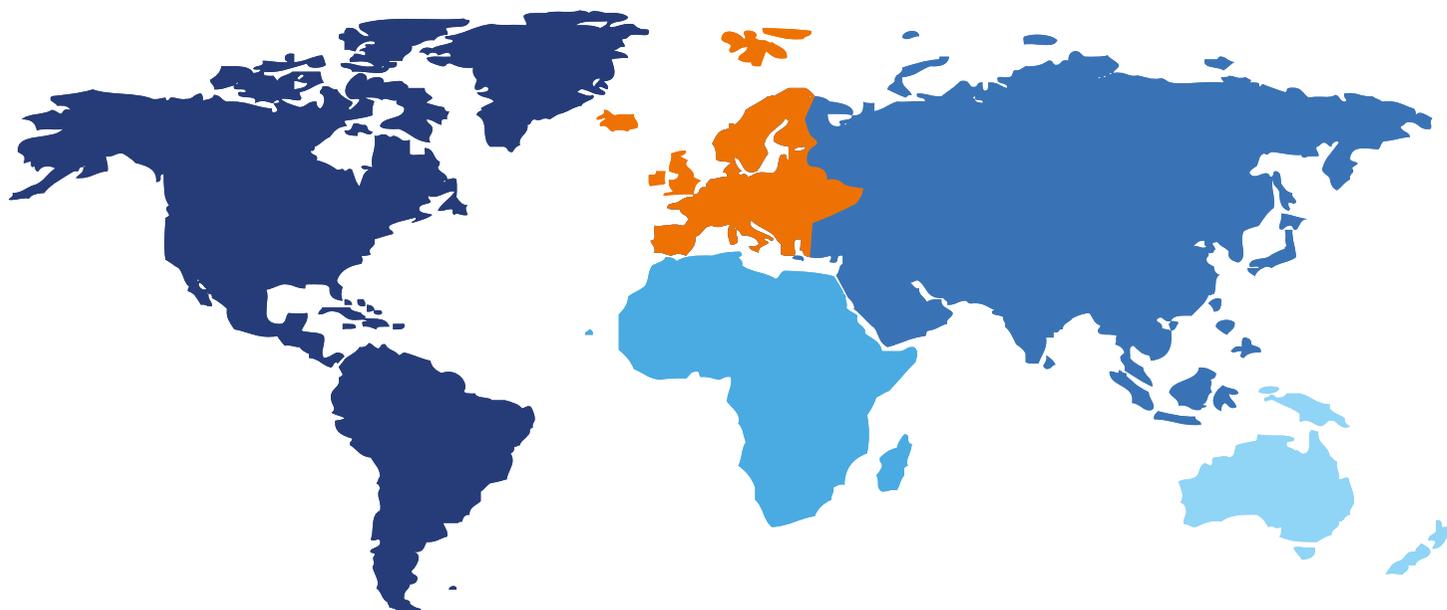
Unternehmen, in denen mindestens **11% der Führungspositionen mit Mitarbeiter\*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit** besetzt sind, sind zufriedener und schauen optimistischer in die Zukunft: bis zu 37 bzw. 30 Prozentpunkte.



# SCHWERPUNKT DIVERSITÄT

## 2.5 HERKUNFT DER MITARBEITER\*INNEN MIT AUSLÄNDISCHER STAATSANGEHÖRIGKEIT

Aus welchen Ländern / Ländergruppen kommen Ihre Beschäftigten mit ausländischer Staatsangehörigkeit?  
(Mehrfachnennung möglich)



# 3

## ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

### 3.1 WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES CLUSTERS IKT, MEDIEN, KREATIVWIRTSCHAFT IN BERLIN-BRANDENBURG

Umsätze im Cluster IKT, Medien und Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg in Mrd. Euro

Kreativwirtschaft	2017	2016
Filmwirtschaft	1,2	1,1
Rundfunkwirtschaft	1,5	1,45
Musikwirtschaft	1,2	1,1
Buchmarkt	1,2	1,2
Pressemarkt	2,9	2,5
Software-/ Games-Industrie*	5,5	4,8
<b>Summe Medienwirtschaft</b>	<b>13,5</b>	<b>9,75</b>
Kunstmarkt	0,8	0,8
Markt für Darstellende Künste	0,8	0,7
Designwirtschaft	8,3	8,0
Architekturmarkt	0,8	0,7
Werbemarkt	1,8	1,7
<b>Summe Kultur- und Kreativwirtschaft</b>	<b>26,0</b>	<b>24,0</b>
Sonstige Wirtschaftszweige der KW**	9,9	8,0
<i>Summe KW gesamt</i>	<i>36</i>	<i>32</i>

Informations- und Kommunikationstechnik	2017	2016
IT-Dienstleister	7,2	6,2
Telekommunikation	5,4	5,18
Herstellung von Geräten und Zubehör	3,0	2,7
Handel	0,6	0,52
<b>Summe IuK</b>	<b>16,2</b>	<b>14,6</b>
<i>Summe Cluster gesamt</i>	<i>46,6</i>	<i>42,0</i>

#### Wirtschaftsfaktor Medien

Im Jahr 2017 generierte die Berlin-Brandenburger Medienwirtschaft **13,5 Mrd. Euro** an Umsätzen (+11,3% im Vergleich zu 2016) und steuerte damit rund **29% der Umsätze** zum Cluster IKT, Medien und Kreativwirtschaft bei.

#### Zum Vergleich: Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2017

165,2 Mrd. Euro Umsatz  
(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2019)

\* Die Daten zu „Software/ Multimedia und Telekommunikation“ fließen sowohl in den Teilbereich Kreativwirtschaft als auch in die Informations- und Kommunikationstechnik ein. In der Gesamtsumme für das Cluster sind sie nur einmal enthalten.

\*\* Sonstige Branchen: Post- und Kurierdienste, Call Center, Forschung und Entwicklung, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

## 3.1 WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES CLUSTERS IKT, MEDIEN, KREATIVWIRTSCHAFT IN BERLIN-BRANDENBURG

### Anzahl Unternehmen im Cluster IKT, Medien und Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg

Medien- und Kreativwirtschaft	2017	2016
Filmwirtschaft	2.658	2.553
Rundfunkwirtschaft	2.065	2.049
Musikwirtschaft	1.855	1.766
Buchmarkt	2.464	2.363
Pressemarkt	2.412	2.379
Software-/ Games-Industrie*	6.943	6.445
<b>Summe Medienwirtschaft</b>	<b>18.397</b>	<b>17.555</b>
Kunstmarkt	3.983	3.826
Markt für Darstellende Künste	2.592	2.457
Designwirtschaft	10.603	10.034
Architekturmarkt	3.350	3.379
Werbemarkt	1.863	1.808
<b>Summe Kultur- und Kreativwirtschaft</b>	<b>22.391</b>	<b>39.059</b>
Sonstige Wirtschaftszweige der KW**	5.276	5.284
<i>Summe KW gesamt</i>	<i>46.064</i>	<i>44.343</i>
<b>Informations- und Kommunikationstechnik</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>
IT-Dienstleister	9.051	8.496
Telekommunikation	256	238
Herstellung von Geräten und Zubehör	339	336
Handel	1.064	1.027
<b>Summe IKT</b>	<b>10.710</b>	<b>10.097</b>
<i>Summe Cluster gesamt</i>	<i>49.831</i>	<i>47.995</i>

*Mehr als jedes dritte Unternehmen im Cluster ist ein Medienunternehmen*

Die **18.397 Unternehmen** der Berlin-Brandenburger Medienunternehmen (+4,8% im Vergleich zu 2016) stellen rund **37%** aller Unternehmen des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion.

*Zum Vergleich:*

Kultur- und Kreativwirtschaft in Deutschland 2017  
256.000 Unternehmen

(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2019)

\* Die Daten zu „Software/ Multimedia und Telekommunikation“ fließen sowohl in den Teilbereich Kreativwirtschaft als auch in die Informations- und Kommunikationstechnik ein. In der Gesamtsumme für das Cluster sind sie nur einmal enthalten.

\*\* Sonstige Branchen: Post- und Kurierdienste, Call Center, Forschung und Entwicklung, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

## 3.1 WIRTSCHAFTLICHE BEDEUTUNG DES CLUSTERS IKT, MEDIEN, KREATIVWIRTSCHAFT IN BERLIN-BRANDENBURG

### Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte im Cluster IKT, Medien und Kreativwirtschaft

	2018	2017
<b>Kreativwirtschaft</b>		
Filmwirtschaft	7.293	7.139
Rundfunkwirtschaft	8.280	7.683
Musikwirtschaft	6.261	5.834
Buchmarkt	8.144	8.181
Pressemarkt	10.803	11.069
Software-/ Games-Industrie*	63.361	54.718
<b>Summe Medienwirtschaft</b>	<b>104.142</b>	<b>94.624</b>
Kunstmarkt	4.872	4.975
Markt für Darstellende Künste	5.058	4.850
Designwirtschaft	36.142	35.529
Architekturmarkt	9.408	8.633
Werbemarkt	9.706	9.352
<b>Summe Kultur- und Kreativwirtschaft</b>	<b>169.328</b>	<b>157.963</b>
Sonstige Wirtschaftszweige der KW**	65.810	64.185
<i>Summe KW gesamt</i>	<i>235.138</i>	<i>222.148</i>
<b>Informations- und Kommunikationstechnik</b>		
IT-Dienstleister	78.298	68.768
Telekommunikation	5.266	5.127
Herstellung von Geräten und Zubehör	6.804	6.442
Handel	4.323	3.897
<b>Summe IuK</b>	<b>94.691</b>	<b>84.234</b>
<b>Summe Cluster gesamt</b>	<b>266.468</b>	<b>251.664</b>

### Arbeitgeber Medienwirtschaft

40% aller sozialversicherungspflichtig Beschäftigten im Cluster IKT, Medien, Kreativwirtschaft arbeiteten 2018 in einem Medienunternehmen (+10% im Vergleich zu 2017).

### Zum Vergleich:

Kultur- und Kreativwirtschaft Deutschland 2017

903.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte

(Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Monitoringbericht Kultur- und Kreativwirtschaft 2019)

\* Die Daten zu „Software/ Multimedia und Telekommunikation“ fließen sowohl in den Teilbereich Kreativwirtschaft als auch in die Informations- und Kommunikationstechnik ein. In der Gesamtsumme für das Cluster sind sie nur einmal enthalten.

\*\* Sonstige Branchen: Post- und Kurierdienste, Call Center, Forschung und Entwicklung, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters, Handelsvermittlung, Groß- und Einzelhandel mit Gütern des Clusters

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

## 3.2 DER MEDIENSTANDORT BERLIN-BRANDENBURG



### Film/Fernsehen

Berlin-Brandenburg ist  
Filmstandort Nr. 1:

**7.653**

Drehminuten und **5.000**  
Drehtage im Jahr allein in Berlin.

>> *Oliver Castendyk, Klaus Goldhammer: Produzentenstudie 2018: Daten zur Film- & Fernsehwirtschaft in Deutschland 2017/2018*

**4.722** Unternehmen der Film-  
und Fernsehwirtschaft 2017

**2,7** Mrd. Euro Umsatz 2017

**48.000** Erwerbstätige 2018

>> *Senatsverwaltung für Wirtschaft,  
Energie und Betriebe Berlin, 2019*



### Games

Größter Gamesmarkt in  
Deutschland:

**138**

Unternehmen, davon **83%** in  
der Produktion

**255** Mio. Euro Umsatz, **2.100**  
Beschäftigte im Games-Sektor  
(15% aller Erwerbstätigen in  
Deutschland in diesem Sektor),

davon **1.900** in Development  
& Publishing.

>> *Hamburg Media School 2018: Die Com-  
puter- und Videospiegelindustrie in Berlin*



### Digitalwirtschaft 2018

Im Jahr 2018 hatte Berlin einen  
Anteil von **11,4%** (591) an  
allen deutschen Gründungen  
von Digitalunternehmen  
(insgesamt 5.169).

Im Schnitt wird in Berlin alle  
**15** Stunden ein neues Digital-  
unternehmen gegründet.

>> *IBB 2019: Berlin aktuell. Digitalwirt-  
schaft und Industrie gehen Hand in  
Hand*



### Webvideo

Berlin ist größter Webvideo-Stand-  
ort in Deutschland mit

**246**

Unternehmen nach Köln: 140,  
Hamburg: 111, München: 60

>> *THS Köln, Web Video Academy, Hoch-  
schule Mainz 2019: Die Webvideo-Branche  
in Deutschland. Wirtschaftliche Struktur  
und Entwicklung der Standorte.*

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

## 3.3 MEDIENNUTZUNG IN DEUTSCHLAND



### Film

Kinojahr 2018:

**105,4** Mio.

Kinobesucher, **4.849** Kinosäle, **905**

Kinostandorte, rd. **900** Mio. Euro

Kino-Umsatz, **23,5%** deutscher Marktanteil (Besucher).

>> *Filmförderungsanstalt 2019*



### Fernsehen/VoD

**67%**

der 14-29-Jährigen nutzen mindestens einmal pro Woche Video-Streamingdienste, **30%** die Onlineangebote der Fernsehsender.

>> *ARD/ZDF Online Studie 2019*



### Deutschland connected:

**100%**

digital: Die Digitalisierung der deutschen TV-Haushalte ist abgeschlossen.

**55%** der deutschen Haushalte sind mit Connected TV ausgestattet.

>> *die medienanstalten: Digitalisierungsbericht Video 2019*



### Radio

**76,5%**

Tagesreichweite, **257** Minuten Verweildauer (deutsche Bevölkerung ab 14 Jahre), **65,4%**, **206** Minuten (14-29-Jährige).

Online-Audio: **13,4%** der 14-29-Jährigen mit 82 Minuten Verweildauer\*

**22,7%** der deutschen Haushalte sind mit Digitalradio (DAB+) ausgestattet.\*\*

\* >> *agma/ma Audio*

\*\* >> *die medienanstalten: Digitalisierungsbericht Audio 2019*



### Games/Software

**42%**

der Deutschen spielen gelegentlich, **35%** spielen regelmäßig.

**48%** der deutschen Gamer sind Frauen.

Das Smartphone ist das meistgenutzte Gerät fürs Gaming: mit **18,6** Mio. noch vor der Konsole mit **16,7** Mio.

>> *Verband der deutschen Games-Branche: Jahresreport 2019*



### Virtual Reality

**32%**

der Unternehmen haben bereits eine VR-Brille ausprobiert, davon haben **70%** mit der Brille Computer gespielt, **49%** mit Brille und Kartendienst Orte bereist, **42%** mit der Brille VR-Filme gesehen.

>> *BITKOM 2019*



### Web

**90%**

der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahre nutzen das Internet mindestens gelegentlich.

Erwachsene ab 14 Jahre nutzen das Internet **182** Minuten täglich, 14-29-Jährige **366** Minuten.\*

Jugendliche zwischen 12 und 19 Jahren nutzen das Internet **214**

Minuten täglich, **94%** von ihnen tun dies über das Smartphone.\*\*

\* >> *ARD/ZDF-Online-Studie 2019*

\*\* >> *Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest: JIM-Studie 2018*



### Mediale Internetnutzung

**41%**

der Deutschen nutzen das Internet täglich für mediale Inhalte (Filme/Videos, Musik, Podcast, Text), darunter **25%** Bewegtbildnutzung.

>> *ARD/ZDF-Online-Studie 2019*

# ZAHLEN, DATEN, FAKTEN ZUR MEDIENWIRTSCHAFT

## 3.4 DIE MEDIENWIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND



### Film/Fernsehen 2017

Film: **4,9** Mrd. Euro Umsatz (ohne Förderung) TV: **2,45** Mrd. Euro Umsatz.

>> Oliver Castendyk, Klaus Goldhammer: *Produzentenstudie 2018: Daten zur Film- Fernsehwirtschaft in Deutschland 2017/2018*



### Fernsehen/VoD

im internationalen Vergleich

**369**

deutsche TV-Sender, **8%** Anteil an allen europäischen TV-Sendern (4.470; EU28) = 2. Stelle nach GB (1.230 Sender/28% Anteil)

**49** deutsche VoD-Anbieter, 6% Anteil an allen europäischen VoD-Anbietern (853; EU28) = 5. Stelle nach GB, IE, F, NL.

>> Europäische Audiovisuelle Informationsstelle 2019: *Audiovisual media services in Europe*



### Musik 2018

**1,58**

Mrd. Euro Branchenumsatz, davon **897** Mio. Euro (59%) Digitalanteil **734** Mio. Euro Umsatz mit Streaming = **81,7%** der digitalen Musikverkäufe (+33,5% gegenüber 2017).

>> Bundesverband Musikindustrie: *Musikindustrie in Zahlen 2018*



### Streaming/VoD 2018

**2** Mrd. Euro Umsatz mit Home Video davon **865** Mio. mit SVoD (+77% gegenüber 2017)

**139** Mio. Euro mit TVoD (+13% gegenüber 2017)

**59%** aller Umsätze im Home-Video-Markt mit digitalen Produkten.

>> FFA/GfK: *Der Home-Video-Markt im Jahr 2018*



### Journalismus/Presse 2018

**323** Tageszeitungen mit einer Gesamtauflage von 14,1 Mio.

**23** Wochenzeitungen/1,7 Mio., **8** Sonntagszeitungen/1,8 Mio.

**698** Online-Titel mit 45 Mio. Unique Usern (ab 14 Jahren)

**7,6** Mrd. Euro Gesamtumsatz, 4,9 Mio. Euro Vertriebslöse (davon 4,5 Mrd. Print und 358 Mio. Euro Digital)

**2,7** Mrd. Euro Werbeerlöse (2,4 Mrd. Euro Print, 325 Mio. Euro Digital).

>> PwC: *German Entertainment and Media Outlook 2019-2023*



### Games/Software 2018

**4,37** Mrd. Euro Umsatz (2017: 4 Mrd.), davon 1,95 Mrd. Euro In-Game-Käufe Spiele-Apps größter Wachstumstreiber mit 1,5 Mrd. Euro

**28%** der Umsätze durch Downloads

**4,3%** Anteil deutscher Spiele-Entwicklungen (135 Mio. Euro Umsatz)

**28.700** Beschäftigte in der deutschen Gamesbranche.

>> game – Verband der deutschen Games-Branche: *Jahresreport der deutschen Games-Branche 2019*



### Gamesumsätze weltweit

Weltweit werden **152** Mrd. US\$ mit Games umgesetzt.

Europäischer Marktanteil: knapp 20% Deutschland auf Platz 5 mit **6** Mrd. US\$ .

>> Newzoo/*Global Games Market Report 2019*



### Werbemarkt 2018

**31,9**

Mrd. Euro Bruttowerbeausgaben davon TV-Werbung: **15,3** Mrd. Euro davon mobile Online-Werbung: **1** Mrd. Euro (+58,6% im Vergleich zu 2017).

>> [www.nielsen.com](http://www.nielsen.com)

# 4

## ÜBER DAS MEDIEN.BAROMETER

Das medien.barometer berlinbrandenburg beleuchtet die Stimmung und die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Teilbranchen des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion: Seit 2004 nimmt die Befragung die aktuellen Einschätzungen sowie die Zukunftsaussichten der Berliner und Brandenburger Unternehmen aus der Medienwirtschaft in den Blick. Das medien.barometer trägt damit dazu bei, die Entwicklungen in der Medienwirtschaft zu verfolgen und in der Zeitreihe abzubilden. Es erlaubt, Dynamik und Trends der Medienwirtschaft aufzuspüren, die Standortarbeit zu evaluieren und Standortaktivitäten abzuleiten. Seit 2011 wird die Erhebung repräsentativ durchgeführt.

Ergänzend dazu bietet das medien.barometer die aktuellen Kennzahlen der Berliner und Brandenburger Medienwirtschaft: Hier werden die statistischen Wirtschaftsdaten zu Umsatz- und Beschäftigung sowie zur Mediennutzung abgebildet.

In jeder Ausgabe des medien.barometers wird ein Schwerpunktthema behandelt. Nach gezielten Fragen zu den Herausforderungen der Digitalisierung 2016, den Innovationsaktivitäten der Unternehmen 2017 sowie dem Thema Arbeit 4.0 im vergangenen Jahr liegt der Schwerpunkt dieses Mal auf **DIVERSITÄT**.

Neu ist ebenfalls die Ausweisung eines Geschäftsklima-Indexes, der erstmalig die Entwicklung des Geschäftsklimas der Berlin-Brandenburger Medienbranche seit dem Jahr 2013 darstellt.

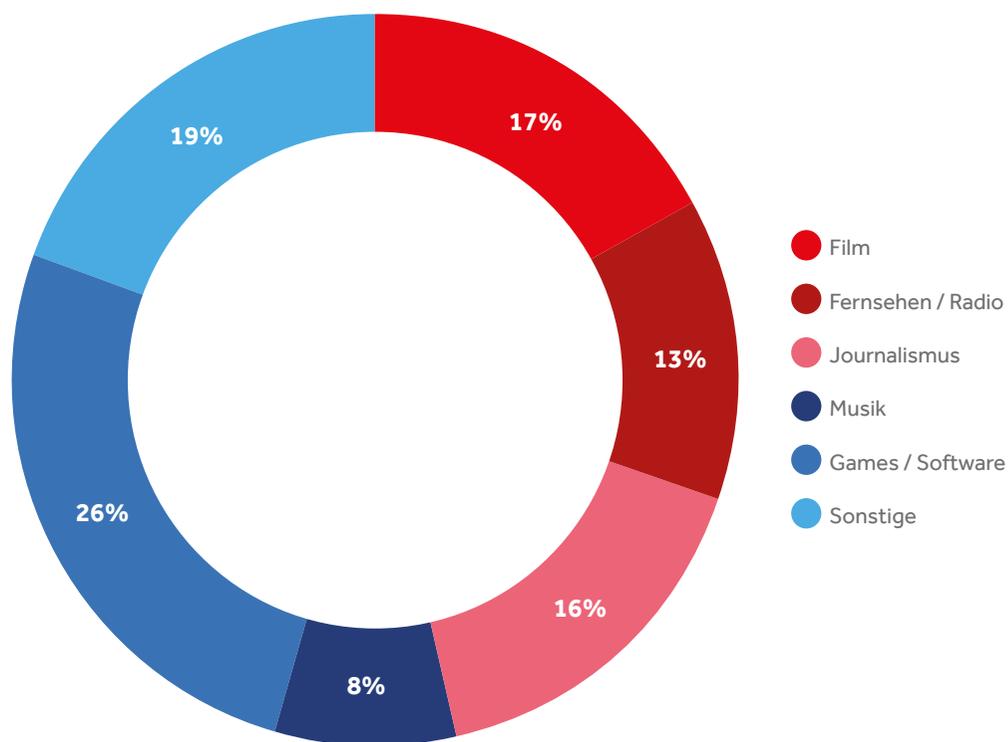
*Wir danken folgenden Partnern und Verbänden für die freundliche Unterstützung:*

- Berlin Music Commission
- BITKOM
- Bundesverband Deutsche Startups
- Bundesverband Musikindustrie
- Deutscher Journalisten-Verband Berlin
- game Bundesverband
- House of Research
- MediaTech HUB Potsdam
- Projekt Zukunft
- SIBB e.V. - ICT & Digital Business Association Berlin-Brandenburg
- Verband deutscher Zeitschriftenverleger VDZ
- Verband unabhängiger Musikunternehmen



# ÜBER DAS MEDIEN.BAROMETER

1 STICHPROBE



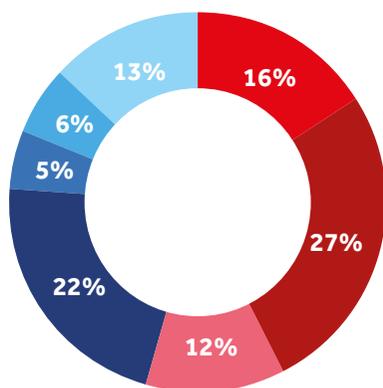
## Facts & Figures

- **Grundgesamtheit:** 275 vollständig ausgefüllte Fragebögen
- **20 Fragen** mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten
- Die Antworten wurden durch Gewichtung an die amtliche Statistik angeglichen und sind damit **repräsentativ**.
- **Erhebungszeitraum:** Juni-August 2019
- Befragt wurden Unternehmen aus den **Teilbranchen** Film, Rundfunk (Fernsehen/Radio), Journalismus, Musik, Games/Software.

# ÜBER DAS MEDIEN.BAROMETER

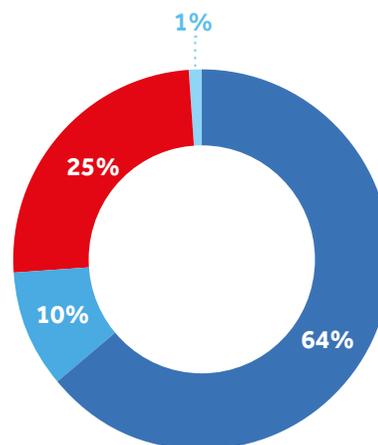
2 TEILNEHMER\*INNEN

Wie viele (feste und freie) Mitarbeiter\*innen sind derzeit in Ihrem Unternehmen beschäftigt?



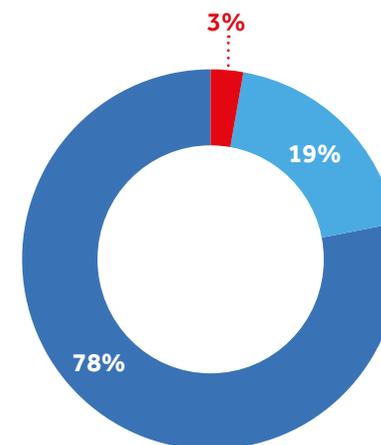
- Keine
- 1 bis 5
- 6 bis 10
- 11 bis 50
- 51 bis 100
- 101 bis 250
- Mehr als 250 Mitarbeiter\*innen

Position der Befragten



- Mitglied der Geschäftsleitung
- Selbstständige\*r
- Angestellte\*r
- Freie\*r Mitarbeiter\*innen

Wie lange existiert Ihr Unternehmen bereits?



- Weniger als 1 Jahr
- 1 bis 5 Jahre
- Mehr als 5 Jahre

# IMPRESSUM

---

## HERAUSGEBER

media:net berlinbrandenburg e.V.  
Ackerstraße 3A  
10115 Berlin  
Telefon: (030) 246 285 7-10  
Telefax: (030) 246 285 7-19  
info@medianet-bb.de  
www.medianet.de

## VERANTWORTLICH

Andrea Peters, Vorstandsvorsitzende media:net  
berlinbrandenburg e.V.

## REDAKTION

Dr. Claudia Graband  
Carola Ehrlich-Cypra

## DATENERFASSUNG

TrendResearch  
Gesellschaft für Markt- und Kommunikations-  
forschung mbH  
Grasweg 6A  
22299 Hamburg  
www.trend-research.de

## LAYOUT

Simpelplus  
Schlesische Straße 29-30  
10997 Berlin  
www.simpelplus.de

Gefördert von

**medienboard**  
BerlinBrandenburg

Mit freundlicher Unterstützung durch



Copyright 2020 by media:net berlinbrandenburg e.V.

*Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des media:net berlinbrandenburg e.V. unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.*



