

Heute veröffentlicht: Die Ergebnisse des **20. medien.barometers 2022/23**

**zum Thema: „Wachstumspotenziale der Hauptstadtregion
für einen attraktiven Arbeitnehmer*innen-Standort der
Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft der Zukunft“**

PEOPLE & CULTURE FESTIVAL wird 2023 fortgesetzt



v.l.n.r.: gregor c. blach (Moderator), Jeannine Koch (medianet berlinbrandenburg e.V.), Michael Biel (Staatssekretär für Wirtschaft), Prof. Dr. Agnes Schipanski (SRH Berlin), Helge Jürgens (Medienboard Berlin-Brandenburg), Joachim Kosack (UFA GmbH)
© Ronald Patrick

Berlin, den 01. Februar 2023

Heute Mittag wurden die Umfrageergebnisse des **20. medien.barometers 2022/23** live bei ALEX Offener Kanal Berlin veröffentlicht, an dem 272 Unternehmen aus der Berliner und Brandenburger Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft zwischen dem 22. September und 17. November 2022 teilgenommen haben. Durch die Präsentation führten **Jeannine Koch**, geschäftsführende Vorstandsvorsitzende **medianet berlinbrandenburg e.V.**, und **Helge Jürgens**, Geschäftsführer **Medienboard Berlin-Brandenburg**.

Pressekontakt:

Alexander Fuchs | PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.

T. +49 30 2462 857 – 16 | fuchs@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

Staatssekretär **Michael Biel** hat im anschließenden Panel bereits kundgetan, dass das **PEOPLE & CULTURE FESTIVAL** in 2023 erneut von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe gefördert und somit stattfinden wird – ein wichtiger Baustein, um dem Fachkräftebedarf in der Hauptstadtregion zu begegnen.

„Dass das PEOPLE & CULTURE FESTIVAL auch dieses Jahr wieder die notwendige Förderung erhält, ist eine großartige Nachricht. Die Ergebnisse des medien.barometers machen nämlich deutlich, dass es einen erheblichen Fachkräftebedarf in der Medien-, Kreativ- und Digital gibt“, resümiert Jeannine Koch und sieht neben dem Festival im November weitere Lösungsansätze: „Um diese Herausforderung zu lösen, braucht es gezielte Anstrengungen seitens der Politik, um internationalen Fachkräften die Integration in den deutschen Arbeitsmarkt zu erleichtern, neue Ausbildungs- und Studiengänge in den Bildungsstätten, die inhaltlich dem aktuellen Bedarf der Unternehmen entsprechen, und Eigeninitiative seitens der Wirtschaft bei der internen Entwicklung der Fachkräfte von morgen.“

Helge Jürgens unterstreicht das vorhandene Potenzial der Region: *„Als Förderhaus sind wir in engem Austausch mit der Branche. Viele Teilbereiche, besonders aus dem digitalen Sektor, blicken wieder optimistisch in die Zukunft – trotz der weiterhin herausfordernden Rahmenbedingungen. Erfreulich ist, dass wieder deutlich mehr Unternehmen Personal aufgestockt haben und dies auch für das kommende Jahr planen. 80% berichten jedoch von Problemen bei der Beschaffung von Fachkräften, ein Thema, das weiterhin deutlich in den Fokus rückt! Und in dem Potenzial liegt: investieren wir in verbesserte Ausbildungsmöglichkeiten und in eine optimierte Integration internationaler Fachkräfte, kann dies ein echter Booster für das Wachstum des Medienstandorts Berlin-Brandenburg sein.“*

Dies sind die 10 Kernaussagen aus der Befragung:

1. Obwohl die Beurteilung der aktuellen wirtschaftlichen Lage auf dem Vorjahresniveau liegt, ist aufgrund der Unsicherheiten z.B. durch Ukraine-Krieg, Energiekrise und Inflation die kommende Geschäftserwartung gesunken. Nachdem sich der Geschäftsklimaindex im letzten Jahr nach dem Covid-19-Pandemie-Schock wieder erholt hatte, sinkt er nun von 141,9 auf 126,5 Punkte. In den Jahren vor der Pandemie lag der Geschäftsklimaindex im Mittel bei 143,5 Punkten.
2. Besonders optimistisch blicken die Wirtschaftsbereiche IT und Software/Games/Digitale Wirtschaft in die Zukunft. Hier erwarten 45 % bzw. 36 % eine positive Entwicklung in ihrem Geschäftsfeld (Mittelwert 28%).
3. Deutlich mehr Unternehmen haben in den letzten 12 Monaten Personal aufgestockt (43 %) als abgebaut (18 %). Für die kommenden 12 Monate planen mehr als die Hälfte (52 %) zusätzliches Personal einzustellen. Mit mehr als zwei Dritteln planen die meisten Unternehmen aus den Bereichen IT und Software/Games/Digitale Wirtschaft in den kommenden 12 Monaten Personal einzustellen (je 65 %).
4. 4 von 5 Unternehmen berichten von Problemen bei der Beschaffung der erforderlichen Fachkräfte, jedes dritte sogar in starkem Maße. Am meisten suchen Unternehmen aus den kreativen Bereichen Personal (62 %). Hier, aber auch in allen anderen Branchen ist der Personalbedarf im mittleren Job-Level am höchsten, gefolgt von Senior-Positionen. Je höher das Job-Level, desto länger dauert es, bis eine Stelle besetzt werden kann. In der Verwaltung/Administration benötigen 44 % der Unternehmen bspw. länger als 6 Monate, um eine Senior-Stelle zu besetzen.
5. Obwohl 61 % der Unternehmen die Hochschulausbildung am Standort für eher gut oder sehr gut zur Deckung des eigenen Bedarfs halten, meint mehr als jedes fünfte Unternehmen (22 %), dass es heute Job-Profile gibt, für die es keine adäquaten Studiengänge gibt. In Bezug auf die Duale Ausbildung meint dies sogar fast jedes dritte Unternehmen (31 %).

Pressekontakt:

Alexander Fuchs | PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.

T. +49 30 2462 857 – 16 | fuchs@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

6. Knapp die Hälfte der Unternehmen bietet Trainee-Programme (47 %) oder Ausbildungsplätze (43 %) an. Drei Viertel der Unternehmen setzen auf interne Weiterbildung, die Hälfte auf externe Weiterbildung, 29 % rekrutieren internationale Fachkräfte, 44 % integrieren Freelancer oder Quereinsteiger*innen (46 %), um fehlende Kompetenzen bzw. fehlendes Personal zu kompensieren.
7. Drei Viertel der Unternehmen (74 %) haben Beschäftigte, die keine deutsche Staatsbürgerschaft besitzen. Die Herkunftsterritorien sind die EU (75 %), gefolgt von anderen europäischen Ländern (42 %), Asien (33 %), Amerika (26 %), Afrika (11 %) und Australien/Ozeanien (8 %).
8. Gut jedes fünfte Unternehmen (21 %) gibt an, Geflüchtete zu beschäftigen, hauptsächlich aus der Ukraine, Syrien, dem Iran und Belarus.
9. Die Rahmenbedingungen zur Beschäftigung internationaler Fachkräfte werden von zwei Dritteln derjenigen, die dazu eine Meinung geäußert haben (54% der teilnehmenden Unternehmen), eher nicht gut (48 %) oder gar nicht gut (18 %) bewertet. Jeweils drei Viertel dieser Unternehmen (76 %) gaben an, dass allen voran eine Vereinfachung von Verwaltungsprozessen und eine Verbesserung der Wohnungssituation nötig seien. 44 % wünschen sich eine stärkere arbeitsrechtliche Unterstützung.
10. Für fast jedes zweite Unternehmen (47 %) ist die Gewinnung und die Entwicklung von Fachkräften unter den 3 Top-Themen für die kommenden 12 Monate. Jedes vierte Unternehmen (24 %) gibt die Verbesserung der Auftragsituation als eines der Top-Themen an.

In der anschließenden, von **gregor c. blach** (Geschäftsführer WE DO communication) moderierten Panel-Diskussion mit Vertreter*innen aus Politik und Wirtschaft, wurden die Ergebnisse eingeordnet und weitere Lösungsansätze eruiert. Zu Gast waren:

- **Michael Biel, Staatssekretär für Wirtschaft in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe**
- **Joachim Kosack, Geschäftsführer der UFA GmbH**
- **Prof. Dr. Agnes Schipanski, Professorin für Medienwirtschaft, Ambassador Entrepreneurship an der SRH Berlin University of Applied Sciences**

Staatssekretär **Michael Biel** sieht Berlin für die Zukunft gut gerüstet: *„Wir wollen Berlin zu einem der bedeutendsten Wirtschafts- und Technologiestandorte Europas machen. Berlin als attraktive Stadt hat alles, was es dafür braucht, nämlich Talente und Investitionen aus der ganzen Welt.“* In diesem Zusammenhang hat Biel zugesichert, dass das PEOPLE & CULTURE FESTIVAL in 2023 erneut eine finanzielle Unterstützung der Senatsverwaltung erwarten kann. *„Es braucht dieses Festival, um Unternehmen mit potenziellen Arbeitskräften an einem Ort zu verknüpfen.“* Der Wirtschaftsstandort Berlin sei weiterhin auf Wachstumskurs und gerade die Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft hätten einen wichtigen Anteil an dieser positiven Entwicklung.

Prof. Dr. Agnes Schipanski von der SRH Berlin blickt auf die Möglichkeiten von Hochschulen, neue Strukturen für Bildungsgänge zu schaffen: *„Es braucht eine noch breitere Verzahnung der wirtschaftlichen und technologischen Fachrichtungen mit den kreativen Bereichen. Nur wenn wir uns vom Silo-Denken lösen, können neue Ideen, Projekte und Potenziale entwickelt werden, die nicht nur für die Studierenden wertvoll und wichtig sind, sondern ebenso für die Unternehmen.“*

Joachim Kosack erläutert, weshalb die UFA die UFA Academy gegründet hat: *„Wir bilden seit Jahren im Rahmen der IHK-Ausbildungsgänge aus, haben aber festgestellt, dass das nicht ausreicht. Es braucht darüber hinaus Menschen in Unternehmen, denen im mittleren Alter ein Quereinstieg ermöglicht wurde, quasi ein Learning-on-the-Job.“* Durch duale Studien, klassische Ausbildungsmöglichkeiten und systematisierte Quereinsteigsprogramme würde die Filmwirtschaft ein großes Stück vorankommen.

Pressekontakt:

Alexander Fuchs | PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.

T. +49 30 2462 857 – 16 | fuchs@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

Das vollständige **medien.barometer 2022/23** mit allen Zahlen und Grafiken sowie Informationen zum aktuellen Geschäftsklimaindex finden Sie ab sofort [hier](#) zum Download.

Wenn Sie die Veröffentlichung der Ergebnisse sowie die Panel-Diskussion nicht live verfolgen konnten, so haben Sie in Kürze [hier](#) die Möglichkeit, sich den Mitschnitt im Nachgang anzuschauen.

Pressekontakt:

Alexander Fuchs
PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.
Ackerstraße 3A
10115 Berlin
T. +49 30 2462 85-716
fuchs@medianet-bb.de

Eine Initiative von:

medianet
berlinbrandenburg

Gefördert von:

medienboard
BerlinBrandenburg

In Zusammenarbeit mit:



Durchgeführt von:



Mit freundlicher Unterstützung von:



Pressekontakt:

Alexander Fuchs | PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.
T. +49 30 2462 857 – 16 | fuchs@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

Medienpartner:

TAGESSPIEGEL Märkische  **Allgemeine** **changemønt!**
VERÄNDERUNGSPROZESSE AKTIV UND ERFOLGREICH GESTALTEN **FLUX** 

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 Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft in den Blick. Das medien.barometer trägt damit dazu bei, die Entwicklungen in den Branchen jährlich zu verfolgen und über einen Zeitraum abzubilden. Es erlaubt Dynamiken und Trends aufzuspüren, die Standortarbeit zu evaluieren und Standortaktivitäten abzuleiten. 272 Unternehmen aus Berlin und Brandenburg haben 2022/2023 an der Befragung beteiligt.

Das medien.barometer berlinbrandenburg ist eine Initiative des medianet berlinbrandenburg e.V. Das Medienboard Berlin-Brandenburg unterstützt als Förderer, die Investitionsbank Berlin (IBB) und die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB) unterstützen als Partner die aktuelle Befragung. Technologischer Befragungspartner ist House of Research.

Über medianet berlinbrandenburg e.V.:

medianet berlinbrandenburg e.V. ist ein Netzwerk-Verein der Medien-, Kreativ- und Digitalwirtschaft mit rund 450 Mitgliedsunternehmen. Die sich daraus ergebenden über 1.500 Multiplikator*innen bilden einen wichtigen Teil dieser Branchen ab. medianet gestaltet gemeinsam mit den Mitgliedern des Netzwerks, der Politik, Wirtschaft und Wissenschaft ein Miteinander auf Augenhöhe in der Metropolregion Berlin-Brandenburg und über die Landesgrenzen hinaus. Es stärkt die Standorte als Arbeitgeberregionen, ist Impulsgeber*in, Unterstützer*in, Macher*in und vernetzt Akteure interdisziplinär auf dem gemeinsamen Weg in die digitale Zukunft. Mehr Infos unter www.medianet-bb.de.

Pressekontakt:

Alexander Fuchs | PR & Marketing Manager
medianet berlinbrandenburg e.V.

T. +49 30 2462 857 – 16 | fuchs@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de