

# medien.barometer berlinbrandenburg

## medien.barometer berlinbrandenburg 2017: Das sind die Innovationstreiber für Medienunternehmen

- **medien.barometer berlinbrandenburg 2017 mit Schwerpunkt Innovation: repräsentative Befragung der Medienbranchen**
- **Zufriedenheit der Unternehmer mit ihrem Geschäftsverlauf seit 2011 auf hohem Niveau**
- **Die Mehrheit der befragten Unternehmen schätzt sich als innovativ ein**
- **Voraussetzung für Innovationen sind technologische Veränderungen, branchenübergreifende Kooperationen und Vielfalt der Mitarbeiter**
- **Innovationshemmnis Nr.1: Mangel an finanziellen Ressourcen**

**Berlin/Potsdam, 29.06.2017** – Zukunftsoptimismus, technologische Veränderungen, kreative Gestaltungsspielräume, zufriedene Medienunternehmen in der Hauptstadtregion: Das sind laut dem medien.barometer 2017 die Voraussetzungen für Innovationen. 65% der befragten Unternehmen schätzen sich derzeit als innovativ oder hochinnovativ ein, als wichtige Innovationstreiber werden Markt- und technologische Veränderungen genannt.

### Hohe Zufriedenheit und Umsatzerwartungen der Unternehmen

Die Zufriedenheit der Medien- und IKT-Unternehmen der Hauptstadtregion – aus den Branchen Film, Fernsehen/Radio, Games/Software, Musik, Journalismus/Presse, IKT – ist weiterhin ungebrochen und im Vergleich zum Vorjahr noch einmal gestiegen. 71% der Befragten sind zufrieden oder sehr zufrieden mit dem Geschäftsverlauf ihres Unternehmens im letzten Jahr. Der Anteil der unzufriedenen Unternehmen bleibt mit 10% weiterhin erfreulich niedrig. Auch die Umsatzerwartungen für das Jahr 2017 sind positiv: 53% der Unternehmen erwarten steigende, 38% stabile Umsätze. 2016 haben 39% Personal aufgestockt, nur 11% haben Personal abgebaut, für die kommenden 12 Monate planen 57% der Unternehmen, Personal einzustellen.

Insgesamt beurteilen die Unternehmen aus den Branchen Games/Software sowie IKT sowohl den Geschäftsverlauf als auch die kommenden Umsätze und die Personalsituation positiver als alle anderen: 78% (IKT) bzw. 79% (Games/Software) sind zufrieden mit dem Geschäftsverlauf, 86% der IKT-Unternehmen erwarten steigende Umsätze, 84% von ihnen planen, in den kommenden 12 Monaten Personal einzustellen (Games: 67%). Dies verwundert kaum, sind diese Branchen doch

selbst Treiber des digitalen Wandels. Die Ergebnisse zeigen, wie sehr Digitalisierung und Innovation miteinander einhergehen und sich gegenseitig bedingen.

### **Schwerpunkt 2017: Innovation in Berlin-Brandenburg**

Die Digitalisierung aller Wirtschaftszweige stellt auch die Unternehmen der Berliner und Brandenburger Medienwirtschaft vor enorme Herausforderungen: Die Mediennutzung wandelt sich, disruptive Geschäftsmodelle stellen traditionelle Wertschöpfungsketten in Frage, neue Wettbewerber treten auf den Markt. Zugleich stellt dies aber auch Chancen für die Medienunternehmen dar.

Während 65% der befragten Unternehmen sich derzeit als innovativ einschätzen, geben insgesamt 85% an, Innovation sei sehr wichtig (48%) oder wichtig (37%) für den Erfolg ihres Unternehmens. Unter den Games- und Softwareunternehmen sind es sogar 90%, gefolgt von IKT mit 87% und Musik mit 86%. Dagegen geben 77% der Filmfirmen und 76% der Fernseh-/Radiounternehmen an, dass Innovation wichtig ist.

Als wichtigste externe Innovationstreiber geben 71% der befragten Unternehmen Veränderungen am Markt und 63% technologische Veränderungen an, gefolgt von Kundenanforderungen (57%) und Wettbewerb (49%). Zu den internen Faktoren sind neben einer guten Mischung der Mitarbeiter für 52% der Unternehmen branchenübergreifende Kooperationen entscheidend, damit Innovation entstehen kann. Zu den größten Hindernissen für Innovationsaktivitäten zählen in erster Linie der Mangel an finanziellen (56%) und personellen (48%) Ressourcen.

Die Innovationsintensität (Anteil der Innovationsausgaben am Umsatz) der Medien- und Kreativbranchen liegt hoch: 24% der Befragten investieren 10% und mehr ihrer Umsätze in Innovation, je 17% investieren 3-5% bzw. 5-10%. Unter den Befragten finanzieren 82% Innovationen über den laufenden Geschäftsbetrieb (Cashflow), deutlich weniger Unternehmen (29%) greifen auf öffentliche Förderprogramme zurück. Auch Gesellschafterdarlehen (13%) sowie Wettbewerbe und Preise (11%) werden für die Finanzierung von Innovation herangezogen – letztere besonders in den Branchen Film (26%) und Games/Software (15%). Zweckgebundene Bankkredite (5%) und öffentliche Darlehen (3%) kommen kaum als Finanzierungsquelle für Innovation zum Einsatz.

### **Helge Jürgens, Geschäftsführer Medienboard Berlin-Brandenburg**

„Dass das aktuelle medien.barometer wieder eine hohe Zufriedenheit der Berlin-Brandenburger Medienunternehmen zeigt, ist sehr erfreulich, denn dies ist eine der wesentlichen Voraussetzungen für Innovationen. In Zeiten des digitalen Wandels sind Innovationen für viele Unternehmen wichtig, damit sie am Markt wettbewerbsfähig bleiben. Mit dem medien.barometer erfassen wir Stimmung und Bedürfnisse am Standort, um auf diesen Wandel reagieren zu können.“

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

„Branchenübergreifende Kooperationen werden von den befragten Unternehmen, neben der Mischung der Mitarbeiter, als wichtigster Innovationstreiber genannt. Damit bestätigen die befragten Unternehmer in besonders erfreulicher Weise die Kernaufgaben und Kompetenzen des

media:net: Die Vernetzung der Unternehmer am Standort als Motor der Innovation.“

### **Tillmann Stenger, Vorstandsvorsitzender Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB)**

„Als zentrale Innovationshemmnisse wurden in der diesjährigen Studie sowohl der Mangel an finanziellen als auch an personellen Ressourcen genannt. Gleichwohl nutzen nur 29 Prozent der Befragten öffentliche Fördermittel zur Finanzierung ihrer Vorhaben. Unser Appell als Förderbank ist daher klar: Kommen Sie zu uns, lassen Sie sich beraten. Die Förderung innovativer Vorhaben und von Technologieprojekten ist ein Schwerpunkt der aktuellen Förderperiode. Zusätzlich stehen Mittel aus dem Europäischen Sozialfonds bereit, mit deren Hilfe Innovationsfachkräfte in Unternehmen beschäftigt und geschult werden können.“

### **Dr. Matthias von Bismarck-Osten, Generalbevollmächtigter Investitionsbank Berlin (IBB)**

„Das medien.barometer 2016/2017 zeigt erneut, dass die Zufriedenheit der Unternehmen in den Bereichen IKT/ Medien sowie Games der Hauptstadtregion offenbar ein Dauerbrenner ist. Mehr als 70 Prozent zufriedene Unternehmen – das kann sich sehen lassen. Die vielen KMU und Startups darunter sind seit Jahren Träger der Innovation. Die IBB bietet sich hier mit ihren starken Förderprodukten als verlässlicher Finanzierungspartner an.“

### **Medienstandort Berlin-Brandenburg**

Die Kultur- und Kreativwirtschaft und darunter auch die Medien- und IKT-Wirtschaft ist ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in Berlin-Brandenburg. Der Umsatz des Clusters Medien, IKT und Kreativwirtschaft in der Region betrug im Jahr 2014 37,2 Mrd. Euro, das ist ein Umsatzanteil an der Gesamtwirtschaft der Region von 13,5%. (Quelle: Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe, Berlin.)

In den audiovisuellen Branchen (Film, Fernsehen, Web/Mobile, Games) hat sich seit 2004 die Zahl der Unternehmen in Berlin-Brandenburg beinahe verdoppelt (über 11.000 Unternehmen), der Umsatz ist von 3,4 Milliarden auf 6,6 Milliarden Euro gewachsen, was einer Steigerung von 94% entspricht. (Quelle: Medienindex Berlin-Brandenburg 2016).

### **Über das medien.barometer berlinbrandenburg**

Das medien.barometer, der jährliche Geschäftsklima-Index für die Medienwirtschaft der Hauptstadtregion, beleuchtet die Stimmung und wirtschaftliche Entwicklung einzelner Teilbranchen dieses Clusters: Seit 2004 nimmt die Befragung die aktuellen Einschätzungen sowie die Zukunftsaussichten der Berliner und Brandenburger Unternehmen aus Medien- und IKT-Wirtschaft in den Blick. Das medien.barometer trägt damit dazu bei, die Entwicklungen in der Medien- und IKT-Wirtschaft 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. In jeder Ausgabe des medien.barometers wird ein Schwerpunktthema behandelt. Nach gezielten Fragen zu den Herausforderungen der Digitalisierung im vergangenen Jahr liegt der Fokus für 2017 auf den Innovationsaktivitäten der Unternehmen. In diesem Jahr haben sich 318 Unternehmen aus Berlin und Brandenburg beteiligt. Dabei wurden die Fragebögen überwiegend von Entscheidern ausgefüllt: 79% der Befragten gaben an, Mitglieder der Geschäftsleitung oder Selbstständiger oder Freiberufler zu sein.

Das medien.barometer berlinbrandenburg ist eine gemeinsame Initiative vom Medienboard Berlin-Brandenburg und media:net berlinbrandenburg. Technologischer Befragungspartner ist TrendResearch. Die Investitionsbank Berlin (IBB) und die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB) unterstützen als Partner die aktuelle Befragung mit dem Fokus „Innovation in Berlin-Brandenburg“.

Das aktuelle medien.barometer berlinbrandenburg 2017 sowie einzelne Grafiken finden Sie hier zum Download.