

Niedersachsen vernetzt landeseigenes Know-how: 1. Medienwirtschaftsgipfel.

Digitale Geschäftsmodelle

Auch die Niedersachsen wollen ihre Medienaktivitäten bündeln und mit Hilfe des flächendeckenden Breitbandausbaus ihren Standortfaktor ausbauen. Anders als Bayern oder Baden-Württemberg mit ihren fachspezifischen Cluster-Initiativen, sucht das nordwestdeutsche Bundesland indes die Vernetzung mit vielen unterschiedlichen Mediennutzern und Unternehmen. Davon soll langfristig sogar die Filmwirtschaft profitieren.

Anlässlich der jüngsten Computermesse CeBIT 2010 in Hannover veranstaltete das Niedersächsische Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr den 1. Medienwirtschaftsgipfel Niedersachsen. Mehr als 500 Medienexperten, Politikvertreter sowie Unternehmer diverser Medien nutzender oder -produzierender Branchen fanden sich dazu am 5. März unter Schirmherrschaft von Niedersachsens Ministerpräsident Christian Wulff (CDU) im Convention Center auf dem Messegelände ein. Dabei wurde die Stoßrichtung klar: Laut Landeschef Wulff geht es um die Förderung des Transfers „zwischen klassischer Wirtschaft, Medienwirtschaft und Verwaltung“, um „die Zahl der Beschäftigten in der Kreativwirtschaft zu steigern und gemeinsam mit anderen Branchen neue Märkte zu erschließen“. In Zeiten von Digitalisierung und Konvergenz solle „auch die Wettbewerbsfähigkeit der Medienschaffenden hier im Lande“ verstärkt werden.

Sein Kabinettskollege und Wirtschaftsminister Jörg Bode (FDP) findet sogar einen dramatischeren Grund: „Die Digitalisierung fragt nicht danach, wie das Geschäftsmodell bisher aussah.“ Gerade auch der Zugang zum Internet habe sich als regelrechter Standortfaktor „mit vergleichbarer Bedeutung wie die klassischen Infrastrukturen“ entwickelt. Dabei steht nicht nur für den FDP-Politiker das „Mega-Thema Breitband“ ganz vorne. Derzeit setzt die Landesregierung in Hannover rund 80 Millionen Euro für den ländlichen Breitbandausbau im nach der Fläche hinter Bayern

zweitgrößten Bundesland ein. Diese Summe wird bis zum Jahr 2013 aus EU-, Bundes-, Landes- und Kommunalen Mitteln bereitgestellt, wobei es noch nicht absehbar ist, wann die komplette Vernetzung in welcher Form (Kabel oder Funk) sowie mit welcher Datenrate endgültig fertiggestellt sein wird. (Die sogenannte Breitband-Strategie der schwarz-gelben Bundesregierung gibt in diesem Zusammenhang durchaus „ambitionierte“ Ziele vor:

land interessante Ergebnisse heraus: „Die Akteure der Branche bewerten günstige politische Rahmenbedingungen und eine aktive Förderung als besonders wichtig für die Standortentscheidung. Als großes Plus für Niedersachsen wird das Entwicklungspotenzial des Landes gesehen. Dabei werden Kooperationen und Netzwerke als wichtige Standortfaktoren herausgehoben.“ Im Oktober 2009 setzen sich daraufhin unter Ägide des Wirt-



Abschließende Podiumsrunde beim 1. Medienwirtschaftsgipfel Niedersachsen: Moderator Marc Bator, Prof. Dr. Susanne Boll (Universität Oldenburg), Dr. Willms Buhse (doubleYUU), Ralf Gerbershagen (Motorola), Martin Kinne (Hewlett-Packard), Prof. Dr. Heike Bruch (Universität St. Gallen) und Frank-Peter Oppenborn (Schlütersche Verlagsgesellschaft).

„Bis spätestens Ende 2010 sollen flächendeckend leistungsfähige Breitbandanschlüsse verfügbar sein. Bis 2014 sollen für 75 Prozent der Haushalte Anschlüsse mit Übertragungsraten von mindestens 50 Megabit pro Sekunde zur Verfügung stehen, mit dem Ziel, solche hochleistungsfähigen Breitbandanschlüsse möglichst bald flächendeckend verfügbar zu haben.“)

Auftakt für den jüngsten Medienwirtschaftsgipfel Niedersachsen bot die „Medienklimastudie Niedersachsen“, die von der Förderanstalt Nordmedia – Die Mediengesellschaft Niedersachsen/Bremen im Auftrag des niedersächsischen Wirtschaftsministeriums im Jahr 2008 durchgeführt worden ist. Laut Nordmedia-Geschäftsführer Thomas Schäffer kamen dabei vor allem drei gerade für das stark landwirtschaftlich orientierte Bundes-

schaftsministeriums drei Arbeitsgruppen zusammen, in denen jeweils Vertreter regionaler Firmen, Verbände und Hochschulen zu finden sind. Wenn auch die Titel der einzelnen AGs auf den ersten Blick nicht gerade umwerfend klingen, so zeigt jedoch die Auswahl der jeweiligen Vorsitzenden, welche Interessen(gruppen) sich hinter der regionalen Medieninitiative verbergen. Für den Bereich „Mobiles Digitales Leben“ zeichnet die Oldenburger Medieninformatikerin Professor Dr. Susanne Boll verantwortlich. Mitglieder ihrer Gruppe sind u. a. das RTL Nord Studio Hannover, die junge Hannover TV GmbH, das Film- und Medienbüro Niedersachsen, der Medienarm des regionalen Energieversorgers EWE AG oder die Volkswagen AG. In der Gruppe „Markenführung im digitalen Zeitalter“, geleitet vom Ge-

schaftsführenden Gesellschafter der Schlüterschen Verlagsgesellschaft (u.a. „Gelbe Seiten“, „Das Telefonbuch“), sitzt u.a. die Niedersächsische Landesmedienanstalt, aber auch die Unternehmensverbände Niedersachsen, der Verband Nordwestdeutscher Zeitungsverleger oder der Radiosender Antenne Niedersachsen. Und die dritte Gruppe unter dem Header „Enterprise 2.0“ wird von dem aus Ostfriesland stammenden, mittlerweile international aufgestellten Medienberater Willms Buhse (doubleYUU) betreut, der hier u. a. die Nordmedia sowie die Medizinische Hochschule Hannover, die Deutsche Messe AG oder die SLO Filmproduktion GmbH aus Hannover hinter sich weiß.

Was aber hat nun die Filmwirtschaft von diesem sehr „netzwerkübergreifenden“ Mediengipfel, der nach Ankündigung der verantwortlichen Politiker im kommenden Jahr erneut stattfinden soll (dann aufgestockt um den erstmals vergebenen Management-Preis „LIDA [Leader in the Digital Age] Award“)? „Zunächst ist es ein Erfolg, dass sich im Rahmen des Prozesses und dann zum Gipfel auf der CeBIT 2010 derart viele ver-

schiedenartige Unternehmen zusammengefunden haben, die sich sicherlich auf diese Weise niemals vorher verabredet hätten“, umschreibt Nordmedia-Geschäftsführer Schäffer den initiierten „Know-how-Transfer“. So planen etwa Mitglieder aus der Arbeitsgruppe „Mobiles Digitales Leben“ die Ausstrahlung eines Filmwettbewerbs ausgerechnet im Fahrgastfernsehen öffentlicher Nahverkehrsmittel, wobei die einzelnen Beiträge gleich online bewertbar gemacht werden sollen. Laut Schäffer wurden am 5. März zudem auch in puncto Kino- und Filmwirtschaft Verabredungen getroffen, „für die es bereits die ersten weiterführenden Gespräche bei Nordmedia gibt. Konkretes – und im Idealfall die Vorstellung von Umsetzungen – wird man spätestens zum nächstjährigen Gipfel 2011 präsentieren.“ **Andreas Wirwalski** ■