

**Kleine Anfrage der Fraktion der FDP vom 28. Oktober 2009****Stärkung der Medien- und Kreativwirtschaft im Lande Bremen**

Im Juli 2008 hat der Senator für Wirtschaft das „Strukturkonzept Land Bremen 2015“ vorgelegt. Unter anderem ist die Medien- und Kreativwirtschaft als eines der Themen benannt worden, „in denen sich für Bremen positive Entwicklungen abzeichnen, die es durch eine Konzentration von geeigneten Maßnahmen zu nutzen gilt“.

Folgende Ziele hat der Senat für die Medien- und Kreativwirtschaft formuliert:

- Aktivierung der „Szene“, um mehr Wertschöpfung aus dem kreativen Potenzial zu generieren, die Akteure zu vernetzen und zu stärken.
- Den Dialog zwischen kreativen und klassischen Unternehmen fördern und weiterentwickeln.
- Den Standort im Sinne von Innovation, neuen Medien und Kultur insgesamt attraktiver für Hochqualifizierte und Unternehmensansiedlungen zu machen.

Wir fragen den Senat:

1. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um die „Szene“ zu aktivieren?
2. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um den Dialog zwischen Kreativen und klassischen Unternehmen zu fördern und weiterzuentwickeln?
3. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um den Standort Bremen im Sinne von Innovation, neuen Medien und Kultur insgesamt attraktiver für Hochqualifizierte und Unternehmensansiedlungen zu gestalten?
4. Wie entwickelt sich das Medienquartier im Stephaniviertel mit Radio Bremen als Kern?
5. Wie viele Unternehmen sind im Land Bremen in der Medien- und Kreativwirtschaft tätig, und wie viele Beschäftigte haben die einzelnen Unternehmen? Bitte den Stand im Juli 2008 und im Juli 2009 darstellen.
6. Wie viele Personen sind im Land Bremen in der Medien- und Kreativwirtschaft freiberuflich tätig? Bitte den Stand im Juli 2008 und im Juli 2009 darstellen.

Bernd Richter,  
Uwe Woltemath und Fraktion der FDP

D a z u

**Antwort des Senats vom 8. Dezember 2009**

## Vorbemerkung

Der Senat hat 2006 die Medienstrategie des Landes Bremen verabschiedet, in der die unterschiedlichen Sektoren der Medienwirtschaft beleuchtet wurden. Das Strategiepapier diente als Grundlage für weitere Maßnahmen und Konzepte. So hat der Senator

für Wirtschaft und Häfen mit seiner Strategie zur Förderung der Kreativwirtschaft (Vorlage für die Deputation für Wirtschaft und Häfen Nr. 17/187-L, 10. Juni 2009) die im Strukturkonzept Land Bremen 2015 für das innovationspolitische Handlungsfeld Medien/Kreativwirtschaft formulierten Ziele (Aktivierung der „Szene“, um mehr Wertschöpfung aus dem kreativen Potenzial zu generieren, die Akteure zu vernetzen und zu stärken; den Dialog zwischen Kreativen und klassischen Unternehmen fördern; den Standort im Sinne von Innovation, neuen Medien und Kultur insgesamt für Hochqualifizierte und Unternehmensansiedlungen attraktivieren) konkretisiert und die Maßnahmen beschrieben, die zur Erreichung der Ziele ergriffen werden.

Bereits in 2005 hat die Bremer Design GmbH eine strategische Weiterentwicklung der Designförderung durch eine Erweiterung des Themenschwerpunktes auf „Kreative Industrien“ (im Sinne von markt- und kundenorientierten Disziplinen wie Design, Werbung, Marketing, Architektur, Fotografie, Film, PR, Multimedia) begonnen. Parallel dazu entwickelte der Senator für Wirtschaft und Häfen und die WFB aus dem Programm „e-entertainment/e-culture“ (2005) und im Rahmen eines „Konzeptes zur Entwicklung des Medienstandortes Bremen“ (2007) Aktivitäten zur Förderung der Medien- und Kreativwirtschaft. Zur Steigerung von Effizienz und Effektivität der Maßnahmen und zur klaren Profilierung Bremens sind diese Aktivitäten in der o. a. Strategie gebündelt worden.

Verschiedene Maßnahmen dienen sowohl der Aktivierung der Kreativwirtschaftszene als auch der Förderung des Dialogs zwischen klassischen und kreativen Unternehmen. Die Beantwortung der Fragen 1 und 2 wird daher zusammengefasst.

1. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um die „Szene“ zu aktivieren?
2. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um den Dialog zwischen Kreativen und klassischen Unternehmen zu fördern und weiterzuentwickeln?

Seit Anfang 2008 betreut im Auftrag der WFB eine „Community-Managerin“ den Bereich Medien- und Kreativwirtschaft. Dabei werden Kontakte zu Unternehmen aufgebaut, Kooperationen vermittelt und Veranstaltungen organisiert, um die Bedarfe der Medien-/Kreativwirtschaft als auch von Unternehmen der Anwenderbranchen zu analysieren und Unterstützungsmaßnahmen im Dialog der betroffenen Institutionen abzustimmen. Ziel ist dabei der weitere Aufbau und die Pflege intensiver Kontakte zu den kreativen Unternehmen im Lande. Dies soll über Szenetreffe, wie z. B. dem „Klub Analog“, geschehen, den etablierten „Nordmedia Talks“ sowie Informationsveranstaltungen und Symposien.

Außerdem setzt die WFB seit Anfang 2008 ein Beratungsprogramm mit einem Beraterpool nach dem Vorbild der Mittelstandsoffensive/e-biz um, welches die Zusammenarbeit zwischen kreativen wirtschaftsnahen Dienstleistern und den Unternehmen der klassischen Branchen intensivieren und neue Geschäftsmodelle stimulieren soll. Im Rahmen dieser Beratungen werden das bestehende Portfolio der Unternehmen analysiert, konkrete Maßnahmen zur Innovation identifiziert und eine Umsetzung vorbereitet.

Im Wilhelm-Wagenfeld-Haus werden mit der Marke „Wilhelm-Wagenfeld-Haus – Design im Zentrum“ von der WFB in Kooperation mit der Wilhelm-Wagenfeld-Stiftung öffentlichkeitswirksame Aktivitäten fortgesetzt. Hier finden Ausstellungen und Fachveranstaltungen statt, die in zunehmendem Maße in Kooperation mit Institutionen, wie z. B. dem Kommunikationsverband, dem Marketing Club und der Hochschule für Künste, umgesetzt werden. Ziel ist es, im Rahmen des aufgebauten Profils des Hauses ein Programm anzubieten, das überregionale Aufmerksamkeit hervorruft und den Dialog zwischen Unternehmen und kreativen Partnern unterstützt.

Auch mit dem Beratungsprogramm für kreative Unternehmen „Ideenlotsen“ wird die Zusammenarbeit von Dienstleistungsunternehmen der Kreativwirtschaft mit Unternehmen der „klassischen“ Branchen unterstützt. Neben regionalen Erfolgen bei der Entwicklung von Unternehmen konnte mit diesem Instrument auch eine hohe Aufmerksamkeit auf überregionaler Ebene erzielt werden.

Auch die weiteren wirtschaftsfördernden Maßnahmen der Strategie zur Förderung der Kreativwirtschaft wie das Designlabor Bremerhaven und die Mikrodarlehen für die Unternehmen der Kreativwirtschaft wirken im Gesamtzusammenhang der Aktivitäten, um die Potenziale der Kreativwirtschaft produktiv für

die Generierung von Innovationen und damit von zusätzlichem wirtschaftlichen Wachstum im Bundesland Bremen zu nutzen.

3. Welche Maßnahmen hat der Senat bislang ergriffen, um den Standort Bremen im Sinne von Innovation, neuen Medien und Kultur insgesamt attraktiver für Hochqualifizierte und Unternehmensansiedlungen zu gestalten?

Eine groß angelegte Studie des „Lehrstuhls für innovatives Markenmanagement“ der Universität Bremen aus dem Jahr 2008 mit über 6000 Befragten kommt zu dem Ergebnis, dass Impulse aus Kunst und Kultur sowie Prozesse kreativer Wertschöpfung nachhaltig für die Profilierung und Gestaltung eines attraktiven Wirtschaftsstandortes wirken.<sup>1)</sup>

Die Vielzahl der vom Senat im Bereich Innovation, Neue Medien und Kultur eingeleiteten Maßnahmen kann an dieser Stelle nicht vollständig beschrieben werden. Exemplarisch sei auf die oben genannte öffentlichkeitswirksamen Aktivitäten im Wilhelm-Wagenfeld-Haus verwiesen, mit denen im Spannungsfeld von wirtschaftlicher Anwendung und Alltagskultur überregionale Aufmerksamkeit hervorgerufen wird.

Als weiteres Beispiel seien hier noch die finanzielle Projektförderungen durch die nordmedia – Die Mediengesellschaft Niedersachsen/ Bremen mbH erwähnt, über die die Filmwirtschaft in der Freien Hansestadt Bremen nachhaltig gestärkt wird. Mit den nordmedia-Förderungen konnten schon mehrere Unternehmensgründungen, wie zuletzt eine Produktionsgesellschaft und ein Film-Catering-Service, unterstützt werden. Bremen und Niedersachsen profitieren gleichermaßen von den Marketingaktivitäten und der Öffentlichkeitsarbeit der nordmedia, wodurch der Film- und Medienstandort Niedersachsen/Bremen zunehmend bekannter wird.

Mit wirtschaftsförderpolitischen Ansätzen können entsprechende Prozesse initiiert und einzelne Projekte umgesetzt werden, um darüber den Wirtschafts- und Lebensstandort Bremen durch ein urbanes, innovatives, aufgeschlossenes Klima insgesamt attraktiver für Hochqualifizierte und Unternehmen zu machen.

Es bedarf darüber hinaus jedoch einer langfristigen ressortübergreifenden Strategie. Im Rahmen eines Arbeitskreises „Kultur- und Kreativwirtschaft“ unter der Federführung des Senators für Kultur sollen eigenständige Ressortaktivitäten zusammengeführt werden, um durch ein ressortübergreifendes Vorgehen Synergiepotenziale zu realisieren und eine überregionale Profilierung zu ermöglichen. Unter Federführung des Senators für Kultur wird derzeit ein Bericht zur Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremen erstellt, der in Berichtsplattformen die verschiedenen Ressortaktivitäten massnahmenbezogen darstellt.

4. Wie entwickelt sich das Medienquartier im Stephaniviertel mit Radio Bremen als Kern?

Etwa seit Mitte der Neunzigerjahre arbeiten Stadtentwicklung und Wirtschaftsstrukturpolitik an einer neuen Standort- und Funktionsbestimmung des Viertels; private Akteure begannen, mit erheblichen Investitionen Baulücken zu schließen oder, wie die Sparkasse Bremen, traditionelle Standorte und Platzsituationen aufzuwerten. Öffentliche Institutionen und Anstalten, wie die Jugendherberge, die BREPARK, die Volkshochschule und Radio Bremen, haben ab der Jahrtausendwende in erheblichem Umfang im Stephaniviertel investiert. Die öffentliche Hand hat größere und kleinere Projekte, wie die Obere Schlachte und die Anbindung der Überseestadt, flankierend initiiert und umgesetzt. Die Entwicklung der letzten Jahre ließ bereits schwerpunktmäßig die Medien-, Bildungs- und Tourismusfunktionen wachsen.

Mit der Vorlage Nr. 17/245-L/S für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft und Häfen am 11. November 2009 und der Vorlage Nr. 17/312 (S) für die Sitzung der Deputation für Bau und Verkehr am 22. Oktober 2009 legen die Ressorts ein Entwicklungskonzept Stephaniviertel vor, das insbesondere die eigenständigen Potenziale des Stephaniviertels als lebendiges, zentral gelegenes, innenstädtisches Viertel mit einem sich gegenseitig stützenden Nutzungsmix aus Medien, Kreativwirtschaft, öffentlichen und privaten Dienstleistungen, Kultur, Einzelhandel,

<sup>1)</sup> „Ausgewählte Ergebnisse der Identitäts- und Imageanalyse für Bremen und Bremerhaven“, Bremen, April 2008.

Tourismus, Freizeit, Gastronomie und Wohnen aufzeigt. Das Stephaniviertel der Zukunft wird kein Cityergänzungsgebiet oder gar bloßes Durchgangsviertel sein, sondern ein Wirtschafts- und Lebensraum mit besonderen Eigenschaften und Potenzialen.

Das Strukturkonzept Land Bremen 2015 des Senators für Wirtschaft und Häfen sieht besondere Potenziale für das Stephaniviertel in der Medien- und Kreativwirtschaft mit Radio Bremen als Nukleus und die Bremedia, das ZDF-Landesstudio Bremen und das Regionalbüro der nordmedia als weitere Mieter aus dem Mediensektor. Das neue Leitbild der Stadtentwicklung und das GEWOS-Gutachten zur Wohnungsbaukonzeption verdeutlichen die Bedeutung der Innenentwicklung und zeigen die im Stephaniviertel realisierbaren Wohnungsbaupotenziale der Innenstadt auf. Das Entwicklungskonzept geht den jüngeren Entwicklungen nach und zeigt Voraussetzungen, Rahmenbedingungen und konkrete Handlungsfelder zur Entfaltung dieser Potenziale auf.

5. Wie viele Unternehmen sind im Land Bremen in der Medien- und Kreativwirtschaft tätig, und wie viele Beschäftigte haben die einzelnen Unternehmen? Bitte den Stand im Juli 2008 und im Juli 2009 darstellen.
6. Wie viele Personen sind im Land Bremen in der Medien- und Kreativwirtschaft freiberuflich tätig? Bitte den Stand im Juli 2008 und im Juli 2009 darstellen.

Nach den Festlegungen der Wirtschaftsministerkonferenz der Länder und entsprechend den Ergebnissen der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ des Deutschen Bundestages wird die Kultur- und Kreativwirtschaft wie folgt definiert: Unter Kultur- und Kreativwirtschaft werden diejenigen Kultur- und Kreativunternehmen erfasst, welche überwiegend erwerbswirtschaftlich orientiert sind und sich mit der Schaffung, Produktion, Verteilung und/oder medialen Verbreitung von kulturellen/kreativen Gütern und Dienstleistungen befassen. Die Wirtschaftsministerkonferenz hat ebenfalls die Kernbranchen benannt, die zur Kultur- und Kreativwirtschaft gezählt werden sollen:

1. Musikwirtschaft,
2. Buchmarkt,
3. Kunstmarkt,
4. Filmwirtschaft,
5. Rundfunkwirtschaft,
6. Markt für Darstellende Künste,
7. Designwirtschaft,
8. Architekturmarkt,
9. Pressemarkt,
10. Werbemarkt,
11. Software-/Games-Industrie.

Statistisches Datenmaterial über die Anzahl von Unternehmen und Beschäftigten in der Kultur- und Kreativwirtschaft steht zum exakten Stand Juli 2008 bzw. Juli 2009 nicht zur Verfügung.

Das Statistische Landesamt Bremen konnte unternehmensbezogenes Datenmaterial der Kultur- und Kreativwirtschaft im Lande Bremen nur für 2007 zur Verfügung stellen. Danach waren 1738 steuerpflichtige Unternehmen (freiberufliche und selbstständige Unternehmer/-innen mit einem steuerbaren Umsatz von mindestens 17 500 € im Jahr) der Kultur- und Kreativwirtschaft zuzurechnen (Daten über die Freiberufler und selbstständigen Unternehmer mit einem geringeren zu versteuernden Umsatz liegen nicht vor). Die Summe der Erwerbstätigen (Summe der Selbstständigen und abhängig Beschäftigten mit sozialversicherungspflichtigen Arbeitsplätzen) in 2007 beläuft sich auf 9765, davon 8027 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte.

Für 2008 kann darüber hinaus die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten angegeben werden, die sich auf 8162 beläuft. Außerdem sind noch

4977 geringfügig Beschäftigte zu nennen. Aktuellere Daten liegen nach Auskunft des Statistischen Landesamtes frühestens Ende Januar 2010 vor.

Bei künftigen Erhebungen und Auswertungen sollen geschlechterspezifische Aspekte berücksichtigt werden.