

media.net

1. Bedeutung der Medien- und Kreativwirtschaft für und in Berlin

- 1. Welche Bedeutung hat die Medien- und Kreativwirtschaft für den Standort Berlin im Vergleich zu den Boombranchen Tourismus, Gesundheit und Mobilität/ Energie?*
- 2. Berlin ist heute Filmstandort Nr. 1 im bundesweiten Vergleich. Im Vergleich dazu sind (große) TV-Produktionshäuser ausgesprochen unterrepräsentiert. Die größten Produzenten (UFA, Bavaria, Studio Hamburg, Constantin, MME ...) sind ja auf alle möglichen Standorte verteilt, und Berlin-Brandenburg hat abgesehen davon ja eher eine Häufung von kleinen und mittelgroßen Produzenten, auch im Fernsehbereich. Was gedenkt Ihre Partei dazu beizutragen, dass die Region auch in Bezug auf den TV-Standort weiter aufholt?*
- 3. Welche Maßnahmen planen Sie, damit Berlin auch für Digitale Medien Nr. 1 wird, im Vergleich zu Hamburg, Köln und München? Wo sehen Sie das größte Wachstumspotential?*
- 4. Welche Teilbranchen der Medien- und Kreativwirtschaft sehen Sie als besonders ausbaufähig und wichtig für Berlin an?*
- 5. Die derzeitige Berliner Regierung hat Medien/IKT zum Kompetenzfeld ernannt und gemeinsam mit dem Land Brandenburg eine Strategie erarbeitet. Was wird übernommen?*
- 6. Wie werden Sie den Dialog mit der Kreativwirtschaft praktisch gestalten und welche konkreten Maßnahmen würden Sie unternehmen, um die Stadt als Magnet für die „Kreativklientel“ unverändert attraktiv zu halten?*
- 7. Unter der jetzigen Regierung sind die Medien- und Kreativwirtschaft bei der Medienboard, der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen und zum Teil bei der Senatskanzlei angesiedelt. In welchem Ressort sehen Sie die Hauptkompetenz in den Bereichen Medien, Kreativwirtschaft und Kultur? Wo siedeln Sie die Kultur- und Kreativwirtschaft an? Wird es eine Senatsverwaltung Kreativwirtschaft unter Ihrer Leitung geben?*

Statement 1:

Die Medien- und Kreativwirtschaft ist für die SPD von herausragender Bedeutung. Obgleich bereits über 150.000 Berlinerinnen und Berliner in ihren Berufen arbeiten, sehen wir hier

weiterhin große Wachstumspotentiale, insbesondere bei den Informations- und Kommunikationstechnologien. Dieser Bereich wird von Berlin und Brandenburg gemeinsam zu einem länderübergreifenden Cluster ausgebaut. Wir formen Berlin zur „Smart City“ – mit intelligenter Stadtsteuerung und verbesserter Bürgerinformation.

Darüber hinaus wollen wir das Medienboard gemeinsam mit dem Land Brandenburg weiter ausbauen und die TV-Produktion fördern, indem wir innovative Studioräume bereitstellen. Berlin hat mit der größten Veranstaltungsdichte Deutschlands und einer hervorragenden Filmszene optimale Voraussetzungen, um auch zur wichtigsten TV-Stadt zu werden. Wichtig ist es uns auch, den Dialog mit der Medien- und Kreativwirtschaft zu suchen. Dafür wird ein einheitlicher Ansprechpartner für dieses Feld direkt beim Regierenden Bürgermeister geschaffen. Durch gezielte Unterstützung des Landes, wie Coaching in Unternehmensführung und Mikrokredite, bleibt Berlin äußerst attraktiv für Kreative aus aller Welt.

2. Unterstützung der Medien- und Kreativwirtschaft durch die Regierung Berlins

1. Das Land Berlin hat in den vergangenen Jahren viele Finanzierungs- und Förderprogramme für die Medien- und Kreativwirtschaft initiiert bzw. geöffnet. Welchen Standpunkt hat die Partei zum Thema „Förderung“? Wenn Sie etwas ändern wollen – wo würden Sie umsteuern?

2. Setzt man mit der Förderung der Medien- und Kreativwirtschaft nicht auf ein „schwieriges Pferd“, da für Teile der Branche die Auswirkungen der Digitalisierung noch nicht abzusehen sind?

3. Welche Mittel würden Sie für die gleichberechtigte Förderung der pluralen Kreativwirtschaft vorsehen?

Statement 2:

Die Förderung durch das Land Berlin ist ein geeignetes Mittel, um die ökonomische Dynamik der Medien- und Kreativwirtschaft zu erhöhen. Die Kleinteiligkeit und Diversität der Branche erschwert es vielen Kreativschaffenden, Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten zu bekommen. Deshalb wollen wir bereits existierende Mikrokreditprogramme und Kreativfonds flexibler gestalten und ausbauen, so dass sie von Kreativschaffenden besser genutzt werden können. Darüber hinaus wollen wir den Zugang zu Zwischenfinanzierungen erleichtern.

Die Digitalisierung ist dabei eine enorme Herausforderung für die Medien- und Kreativwirtschaft. Entscheidend ist die Frage, wie der Schutz des geistigen Eigentums durchgesetzt wird. Hier treten wir für ein modernes Urheberrecht ein, das einen gerechten Ausgleich zwischen den Interessen der Verwerter und Konsumenten schafft. Davon abgesehen ist die

Medien- und Kreativwirtschaft ein wegweisender Bestandteil moderner und wissensbasierter Volkswirtschaften. Dieser Bereich prägt ein stimulierendes und urbanes Umfeld, das neue unternehmerische Modelle an der Schnittstelle zwischen dynamischem Unternehmertum, innovativen Produkten und neuen Formen der Arbeitsgestaltung ermöglicht.

3. Wettbewerbsfähigkeit Berlins im Vergleich zum nationalen und internationalen Markt

1. Im Moment gilt Berlin als „Europas günstigste Metropole“, was vor allem für den Erfolg bei Unternehmen aus der Medien- und Kreativwirtschaft ein wichtiger Standortfaktor ist. Gehen wir nun mal davon aus, dass sich durch die Bemühungen aus sonstiger Wirtschaft, hier anzusiedeln, Berlin hervorragend entwickelt und sämtliche Lebenshaltungskosten damit steigen. Wie beurteilen Sie, was unternehmen Sie ggf., wenn der wichtigste Standortfaktor damit eliminiert ist?

2. Regierungen von Kulturnationen wie Frankreich, UK und Italien haben sich dazu bekannt, ISPs bei der Bekämpfung der Internetpiraterie in die Pflicht zu nehmen. Wann wird es in Europas größter Volkswirtschaft ein solches Bekenntnis geben, nachdem nun Studien (Terra) und auch Verdi bei weiterem Nichtstun erhebliche Arbeitsplatzverluste in der deutschen Kreativwirtschaft erwarten?

In Deutschland scheint der Datenschutz von Rechtsverletzern höherrangig zu sein als der Schutz von Kreativität.

Statement 3:

Die wirtschaftliche Entwicklung Berlins verläuft sehr positiv, dennoch sind wir hier von hohen Lebenshaltungskosten wie in London, Paris oder Barcelona noch weit entfernt. Zur Förderung der Medien- und Kreativwirtschaft wollen wir - neben den erwähnten verbesserten Finanzierungsmöglichkeiten – auch brachliegende innerstädtische Immobilien bereitstellen. Ein Teil des Tempelhofer Flughafengebäudes etwa könnte zur zentralen Adresse der Kreativen werden, in unmittelbarer Nähe zum Neubau der Zentral- und Landesbibliothek. Diese Maßnahmen federn den finanziellen Druck durch steigende Lebenshaltungskosten ab.

Im Bereich Urheberrecht tritt die SPD für einen gerechten Ausgleich zwischen den Interessen der Verwerter und Konsumenten ein. Internetpiraterie ist schädlich für die Volkswirtschaft, insbesondere für die Film-, Musik- und Buchindustrie. Dennoch lehnen wir ein Vorgehen analog zum französischen ab, da eine Sperrung des Internetzuganges bei mehrfachen Urheberrechtsverletzungen ein erheblicher Eingriff in das informationelle Selbstbestimmungsrecht wäre.

4. Vernetzung Bildung und Medien- und Kreativwirtschaft

1. Bildung und Wirtschaft sind im Zeitalter von Innovationen nicht mehr zu trennen. Trotzdem gibt es in Berlin immer noch viel zu wenig gemeinsame Forschungs- und Entwicklungsprojekte zwischen Unternehmen und Hochschulen. Wie kann das Land solche Kooperation positiv beeinflussen und fördern?

Statement 4:

Strategische Allianzen zwischen Wissenschaft und Wirtschaft sind wesentliche Instrumente für nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum. Durch die Hochschulverträge werden wir künftig die Berliner Forschungs- und Hochschuleinrichtungen noch stärker mit der Berliner Industrie verknüpfen. Wir entwickeln strategische Partnerschaften zwischen Industrie, Dienstleistungsunternehmen und Wissenschaftseinrichtungen und optimieren bestehende Transferprogramme.

Gerade im Bereich Medien- und Kreativwirtschaft sehen wir dabei große Potentiale, etwa bei den wissens- und innovationsgetriebenen Informationstechnologien. Diese und andere Zukunftsbranchen wollen wir in regionalen Clustern ansiedeln und bündeln. Unser Konzept der Zukunftsorte orientiert sich dabei an Erfolgsbeispielen wie dem Technologiepark Adlershof. Industrie, Wissenschaft und Behörden werden hier untereinander optimal vernetzt und an die Berliner Infrastruktur angeschlossen. Auch abseits dieses Konzeptes wollen wir die Vernetzung der Branche unterstützen und vorantreiben, etwa nach dem Beispiel des „Design Reaktors“, eines Kooperationsprojektes der UdK und diversen kleinen und mittelständischen Unternehmen.

5. Einfluss der Landesregierung auf Bundespolitik

1. Welchen Einfluss kann Berlin als Regierungssitz der Bundespolitik auf Medienpolitik, Piraterie, Urheberrecht etc. nehmen?

2. Durch die Digitalisierung der Medien und vor allem den Einzug des Internets in alle Bereiche des Lebens ist das Thema „Datenschutz“ zu einem elementaren Thema für die Branche aber auch für die Gesellschaft geworden. Welchen Einfluss nimmt das Land Berlin (unter der Leitung der jeweiligen Partei) auf Bundesebene?

Statement 5:

Berlin ist als Hauptstadt und Medienstandort eine wichtige Stimme und Vorreiterin der

Netz- und Medienpolitik in Deutschland. Wir haben hier ein bundesweit vorbildliches Informationsfreiheitsgesetz, das wir kontinuierlich weiterentwickeln werden. Informationen und Dienste der Verwaltung sollen umfassend, aktuell, vollständig und barrierefrei online verfügbar gemacht werden. Vielmals liegen jedoch die Zuständigkeiten für netz- und medienpolitische Sachverhalte auf Bundesebene. In diesen Fällen kann das Land Berlin nur im Bundesrat aktiv werden.

Dort werden wir uns in der nächsten Wahlperiode für eine Überarbeitung des Bundesdatenschutzgesetzes einsetzen. Unternehmen sollen beim Umgang mit Daten klaren Regelungen unterliegen, die die Privatsphäre der Bürgerinnen und Bürger respektieren. Wenn Firmen über einen längeren Zeitraum persönliche Daten sammeln, sollen diese den Betroffenen im Rahmen eines Datenbriefs jährlich einmal mitgeteilt werden. Daten müssen nach einer Ablauffrist gelöscht werden. Wir werden uns auch für ein Arbeitnehmerdatenschutzgesetz einsetzen.