

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten **Hufe SPD**
vom 01. 02. 2000

Medienoffensive Bayern

Am 24. Juni 1998 hat der damalige Leiter der Staatskanzlei Prof. Dr. Kurt Faltlhauser eine Regierungserklärung zur Medienpolitik abgegeben. Angekündigt wurde dabei die Medienoffensive Bayern.

Hierzu frage ich die Staatsregierung:

1. Wird an dem Ziel eine Medienagentur Bayern zu gründen festgehalten?
Wann ist mit der Gründung zu rechnen?
Welche Partner haben fest zugesagt?
Welche Ausstattung, Infrastruktur, Personal und Finanzen soll die Medienagentur Bayern erhalten?
2. Welche Aktivitäten oder Maßnahmen sollen durch die Medienagentur veranlasst werden?
Welche Ergebnisse sollen damit erzielt werden?
3. Wie hat die Staatsregierung das Ziel des bayerischen Aus- und Fortbildungsangebotes im Medienbereich auszubauen und zu verbessern erreicht?
4. Welche Aktivitäten oder Maßnahmen hat der Medien-Campus Bayern e. V. veranlasst?
Wie oft hat er mit welchen Ergebnissen getagt?
Welche Ausstattung: Infrastruktur, Personal und Finanzen hat der MedienCampus erhalten?
5. Glauben Sie, dass die Geschäftsführerstelle mit Prof. Dr. K. H. richtig besetzt ist?
6. Was verstehen Sie unter dem Begriff Kulturwirtschaft?
7. Welche Verknüpfungen sehen Sie zwischen dem Kunst-, Musik- und Literaturmarkt, der Film- und TV-Wirtschaft sowie dem Informations- und Kommunikationsmarkt?
 - a) Grundsätzlich?
 - b) Für den bayerischen Arbeitsmarkt?
 - c) Für Existenzgründungen?

Antwort

des Leiters der Staatskanzlei
vom 22. 03. 2000

Zu 1.:

Die Bereiche Medien und Informations- und Kommunikationstechnologie zählen zu den wachstumsstarken dynamischen Zukunftsbranchen. Bayern hat in diesem Sektor eine hervorragende Ausgangsposition, die es zu sichern und auszubauen gilt. Diesem Zweck dient die Agentur für Medien, Informations- und Kommunikationstechnologie, kurz BayernMIT. Der Gesellschaftsvertrag wurde am 7. Februar 2000 notariell beurkundet.

Der Freistaat Bayern ist Mehrheitsgesellschafter der Agentur. Weitere Gesellschafter sind die Bayerische Landeszentrale für neue Medien, der FilmFernsehFonds Bayern, die IHK München, die IHK Nürnberg, der Bayerische Rundfunk, die Hypo Vereinsbank, die Bayerische Landesbank und die Messengesellschaften Nürnberg und Augsburg. Die Messe München will, sobald die erforderlichen Gremienbeschlüsse vorliegen, als weiterer Gesellschafter beitreten. Auch die IHK Augsburg hat ihr Interesse bekundet.

Für den laufenden Betrieb der Agentur und konkrete Projekte stehen für das Jahr 2000 im Haushalt 7 Mio. DM zur Verfügung.

BayernMIT verfügt über die Organe Gesellschafterversammlung, Aufsichtsrat und Geschäftsführung und soll sich auf einen schlanken Stab von Mitarbeitern stützen. Als Rat- und Impulsgeber ist ein hochrangig besetzter Beirat installiert. Seine Mitglieder kommen aus dem Führungsbereich international tätiger und erfolgreicher Unternehmen der Medien- und IuK-Branche. Die Agentur wird das Büro des Freistaats Bayern in Palo Alto im Silicon Valley/Kalifornien als wichtige Kontaktstelle in den USA als einer der Hauptmärkte nutzen können.

Zu 2.:

Kernaufgabe wird die Ansiedlung neuer, innovativer Unternehmen aus dem Medien, Informations- und Kommunikationstechnologie-Sektor in ganz Bayern und damit die Schaffung neuer Arbeitsplätze in Bayern sein. Die Agentur wird als flexibles Instrument zur Unterstützung von Ansiedlungsvorhaben, zur Präsentation des Medien- und IuK-Landes Bayern und zur Durchführung von Informationsveranstaltungen dienen. Sie wird ansiedlungswillige Unternehmen und Existenzgründer im Medien- und IuK-Bereich als Ansprech- und Servicepartner unterstützen – vom ersten Kontakt bis zum Unternehmensaufbau selbst. Sie soll beraten, Kooperationen herstellen und Zugang zu Förderprogrammen und Finanzierungsmöglichkeiten aufzeigen. Darüber hinaus soll die Agentur national und international auf Messen und

Ausstellungen für den Medien- und IuK-Standort Bayern werben.

Zu 3.:

Bayern ist eines der führenden Länder in der Medienausbildung. In mehr als 60 Einrichtungen wird in Bayern Medienaus- und -fortbildung angeboten.

Bei den Hochschulen, den Fachhochschulen und den staatlich geförderten Akademien hat die Staatsregierung auf die Schaffung moderner Ausbildungsstandards und auf eine Ausrichtung des Ausbildungsangebots an dem Bedarf in der Medienbranche hingewirkt.

An der Hochschule für Fernsehen und Film (HFF) wurden etwa zur Ausbildung von Regisseuren, Produktionsleitern, Produzenten, Redakteuren, Drehbuchautoren und Dramaturgen die Studiengänge Film- und Fernsehspiel, Dokumentarfilm und Fernsehpublizistik, Produktion und Medienwirtschaft eingerichtet.

Die HFF wurde auch aus Mitteln von Privatisierungserlösen mit modernster Studientechnik ausgestattet. Durch diese Investitionen leistet die Staatsregierung einen wichtigen Beitrag für den Ausbau der Spitzenstellung der HFF in Deutschland. Auch in einer Reihe anderer Hochschulen in Bayern werden Ausbildungselemente im Bereich Medien angeboten.

Neben dem Hochschulbereich belegen die Fachhochschulen einen wichtigen Platz in der bayerischen Medienausbildung. Um den ständig wachsenden Anforderungen auf dem Arbeitsmarkt gerecht zu werden, haben die Fachhochschulen innovative Studiengänge in ihr Studienangebot integriert.

An der Fachhochschule Würzburg-Schweinfurt-Aschaffenburg wird der Studiengang Kommunikationsdesign mit den wählbaren Schwerpunkten Grafikdesign, Fotografie, Film/Video oder Multimedia angeboten. An der Fachhochschule Augsburg wurden die Studiengänge Multimedia und Kommunikationsdesign eingeführt. Auch die Fachhochschule Nürnberg bietet eine Ausbildung zum Kommunikationsdesigner. An der Fachhochschule Rosenheim gibt es einen Ergänzungsstudiengang Film- und Fernseh- Szenografie.

Die Staatsregierung hat darüber hinaus private Ausbildungseinrichtungen gefördert, um das breit gefächerte Angebot der Medienaus- und -fortbildung in Bayern zu erhalten und noch weiter zu verbessern. Zu den geförderten Instituten gehören unter anderem die Akademie der Bayerischen Presse, die Bayerische Akademie für Fernsehen und die Deutsche Journalistenschule.

Die Staatsregierung hat die Förderung der Akademien an der Zielsetzung einer engen Verzahnung von Medienwirtschaft, Medienpraxis und der Medienausbildung untereinander ausgerichtet.

In München und Nürnberg hat die Staatsregierung die Gründung einer Multimedia-Akademie mit Privatisierungserlösen unterstützt. Die Multimedia-Akademie Nürnberg GmbH bietet ein breites Spektrum an neuen Ausbildungsberufen, wie beispielsweise die Ausbildung zum Internet/Intranet-An-

wendungsentwickler, zum Multimedia-Screen-Designer oder zum Multimedia-Programmierer.

Im Jahr 1999 wurden aus der Bayerischen Medienförderung staatliche Zuschüsse für Medienakademien in Höhe von insgesamt 2.042.000 DM ausbezahlt.

Zur weiteren Stärkung des Aus- und Fortbildungsbereichs des Medienstandorts Bayern hat die Staatsregierung den MedienCampus Bayern e.V. gegründet, vgl. dazu Antwort zu Frage 4.

Zu 4.:

Der MedienCampus Bayern ist Mitte 1998 von 14 Einrichtungen der Medienausbildung und der Medienfortbildung in der Rechtsform eines eingetragenen Vereins gegründet worden. Inzwischen hat der Verein 29 Mitglieder.

Hauptaufgaben des Vereins sind die Koordinierung und Optimierung des Medienaus- und -fortbildungsangebots. Darüber hinaus steht der MedienCampus der Öffentlichkeit, den Ausbildungssuchenden und Medienunternehmen als zentrale Anlaufstelle für Fragen der Medienausbildung zur Verfügung. Entsprechend diesen Zielvorgaben hat der Verein folgende Aktivitäten unternommen:

- Internetangebot mit Informationen über den MedienCampus selbst sowie über die vielfältigen Medienberufsbilder, Ausbildungswege und bayerische Medienausbildungseinrichtungen. Die Information kann durch direkten Zugriff auf die Seiten der Ausbildungseinrichtungen vertieft werden. Die Internetadresse des MedienCampus lautet www.medien-campus-bayern.de.
- Beteiligung an den Medientagen München 1999. Der Verein hat gemeinsam mit der Bayerischen Landeszentrale für neue Medien eine „Ausbildungsstraße“ mit über 30 Ausstellern während der Medientage organisiert und auch einen eigenen Ausbildungsstand betrieben. Die Aktion ist besonders bei dem jüngeren Publikum, das sich in der Berufsorientierung befand, gut angekommen. In Zusammenarbeit mit dem Staatsministerium für Unterricht und Kultus konnte einer Vielzahl von Schülergruppen die Teilnahme an der Veranstaltung ermöglicht werden.
- Zusätzlich wurden bei den Medientagen im Rahmen einer Medienarena Vortragsveranstaltungen durch den MedienCampus Bayern angeboten. Dabei wurden Ausbildungseinrichtungen und Berufe in den Medien vorgestellt.

Die Konzeption und Umsetzung von Projekten wird von der Geschäftsführung des Vereins im Auftrag des Vorstands durchgeführt. Seit Bestehen des Vereins ist der Vorstand elfmal zusammengetreten.

Die Mitgliederversammlung hat insgesamt viermal getagt.

In Ergänzung zu den oben aufgeführten Projekten haben Vorstand und Mitgliederversammlung für das Jahr 2000 folgende Maßnahmen vorgesehen:

- Verstärkte Informationsarbeit bei Regionalmessen, Kongressen und anderen Veranstaltungen, z. B. Ausstellung bei den Medientagen.

- Organisation von Informationsveranstaltungen, z.B. Informationsseminare zur „Weiterbildung für Ausbilder“.
- Förderung von Auslandskontakten der Aus- und Fortbildungseinrichtungen
- Gemeinsame Projekte mit Arbeitsverwaltung und Medienwirtschaft

Ausstattung und Infrastruktur des Vereins:

Mitte 1999 hat die Geschäftsstelle des MedienCampus Bayern Büroräume in München, Prannerstraße 13, bezogen.

Personal:

Der Verein beschäftigt eine Geschäftsführerin und einen Assistenten.

Zur Erledigung von Sekretariatsarbeiten beschäftigt der Verein Zeitarbeitskräfte.

Finanzierung:

Der Verein wird überwiegend aus Zuschüssen des Freistaates Bayern finanziert. Die Vereinsmitglieder zahlen einen jährlichen Beitrag. 1998 und 1999 wurde der Verein mit insgesamt 367.000 DM gefördert. Für das Jahr 2000 stehen

440.000 DM zur institutionellen Förderung sowie 500.000 DM zur Projektförderung im Rahmen der High-Tech-Offensive Bayern als staatliche Zuschüsse zur Verfügung.

Zu 5.:

Herr Prof. Dr. H. hat das Projekt MedienCampus in der Aufbauphase erfolgreich betreut und die Grundlage für die künftige Arbeit des Vereins geschaffen. Bei der Vorstandssitzung des Vereins am 13.03.2000 wurde Frau Prof. Dr. G. im Einvernehmen mit Herrn Prof. Dr. H. zu seiner Nachfolgerin bestellt.

Zu 6.:

In Bayern wird Hochschulausbildung mit kulturwirtschaftlichen Elementen angeboten. An der Universität Passau gibt es seit Sommer 1989 den Diplomstudiengang Sprachen, Wirtschafts- und Kulturraumstudien und seit dem Wintersemester 1999/2000 einen auf den Bereich Kultur ausgerichteten Schwerpunkt innerhalb der Studiengänge Betriebswirtschaftslehre und Volkswirtschaftslehre.

Zu 7.:

- a) Der Film- und TV-Markt nimmt in Bayern eine starke Position ein. Er ist wichtiger Auftraggeber und Nachfrager von künstlerischen Leistungen aller Art wie Musik, Literatur und Darstellung. Das Spektrum reicht vom Rechteerwerb an Literatur, Drehbüchern, Serien- und Filmmusik bis hin zu neuen Formen wie Video- und Internetdesign.

Durch die rasanten Veränderungen und Entwicklungen neuer Informations- und Kommunikationstechniken erhält der Kunst-, Musik- und Literaturmarkt neue und zusätzliche Verbreitungsmöglichkeiten. So sind heute Kunstauktionen über das Internet keine Seltenheit mehr; auch die Möglichkeit, sich Musik direkt aus dem Internet auf einen portablen MP 3-Player herunterzuladen, ist nur eine von vielen innovativen technischen Entwicklungen.

Durch die Digitalisierung und den Einsatz der Chiptechnik sind die Grenzen zwischen den Medien und der Informations- und Kommunikationstechnik fließend geworden. Mehr und mehr Unternehmen können nicht mehr eindeutig der einen oder anderen Branche zugeordnet werden, beide Bereiche wachsen zusammen.

- b) Exemplarisch für die Konvergenz zwischen den Medien mit ihren Inhalten und dem IuK-Sektor steht die Multimedia-Branche, die eine Vielzahl neuer Berufsbilder hervor gebracht hat. Diese Branche ist heute schon einer der wichtigsten Arbeitgeber in Bayern. Die jüngste Studie der IHK München zeigt, dass allein in der Landeshauptstadt und der angrenzenden Region mittlerweile über 11.400 Medienunternehmen mit mehr als 127.000 Mitarbeitern im Jahr 1999 einen Umsatz von 38 Milliarden DM erwirtschaftet und rund 5 Milliarden DM investiert haben.
- c) Auch für Existenzgründer ist die Multimedia-Branche von ganz erheblicher Bedeutung. Mehr als die Hälfte der in der genannten IHK-Studie erfassten Unternehmen, insbesondere aus dem Sektor Multimedia, sind nicht älter als drei Jahre. Aber auch für einen Medienbereich wie beispielsweise die Musikindustrie bieten neue und erweiterte Verbreitungswege zusammen mit der Dynamik und der Kreativität der digitalen Entwicklung Anreize für Existenzgründungen und zur Schaffung von neuen Arbeitsplätzen.