

VCC Perfect Pictures

SDA
Service Digitale Arbeit

WÜSTE
FILMPRODUKTION

COREMEDIA

AOL



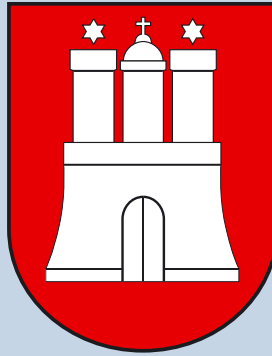
INFOVAG

SCHOLZ & FRIENDS

RockCity
HAMBURG EX

TRICKCOMPANY
FILMPRODUKTION GMBH

DER SPIEGEL
SPIEGEL-Leser wissen mehr.



stern

ZDF



KAROSTAR
Musikhaus St. Pauli

edel

WARNER MUSIC GROUP
GERMANY

hamburgunddesign

DIE ZEIT

NDR

JUNG v. MATT

dtp
entertainment
AG

SinnerSchradler

axel springer

freenet.de
normal ist das nicht!

Hamburg
MEDIEN-IT-TELEKOMMUNIKATION
@work

Alice



alster radio
106!8
rock 'n pop
www.106recht.de

CARLSEN

HOFFMANN
UND CAMPE

Studio
Hamburg



BWA-Kompakt

Behörde für Wirtschaft und Arbeit

01 | 2007



Freie und Hansestadt Hamburg
Behörde für Wirtschaft und Arbeit

Inhalt

Vorwort	03
Medien- und IT-Metropole Hamburg	04
Einführung	04
Konvergenz der Medien, Ausblick	06
Die Branchenzweige in der Medien- und IT-Wirtschaft	08
Printmedien	08
Musikwirtschaft	10
Film und Fernsehen	14
Rundfunk	16
Werbung und Design	19
IT- und Telekommunikation	22
Einzelne Schwerpunktthemen	26
Gamecity Hamburg	26
Webcity Hamburg	28
Digitale Spartenkanäle	29
Handy-TV	30
Animationsfilm	31
Ausbildung und Qualifizierung	33
Bündelung von Kompetenzen/Länderzusammenarbeit im Bereich der Rundfunk- und Medienpolitik	35
Service & Support, Ansprechpartner und Adressen	38



Sehr geehrte Leserinnen, sehr geehrte Leser,

die vorliegende Ausgabe von BWA-Kompakt soll einen Überblick über den Medien- und IT-Sektor in Hamburg geben. Die Stärke des Medienclusters zeichnet sich vor allem durch die Vielfalt an Medien- und Kommunikationsunternehmen aus. Praktisch jede Sparte der Medienwirtschaft ist in Hamburg prominent vertreten. Zahlreiche Unternehmen sind in ihrem Segment national und international führend.

Gleichzeitig soll diese Broschüre einen Einblick in aktuelle Entwicklungen des Mediensektors geben und aufzeigen, mit welchen Maßnahmen die Senatspolitik Neuerungen aufgreift. Mit den Themen „Gamecity Hamburg“, „Webcity Hamburg“, „digitale Spartenkanäle“, „Handy-TV“ und „Animationsfilm“ sind strategische Bereiche benannt, in denen die Zukunftsfähigkeit des Medienstandorts zum Tragen kommt und mit denen Impulse für den Mediensektor gesetzt werden.

Hamburg begleitet neben strukturellen Vorhaben auch mit medienpolitischen Positionen die Entwicklung der Medienwirtschaft. Der Senat bringt sich medienpolitisch ein, wenn es darum geht, rechtliche Regelungen an die veränderten technischen Gegebenheiten anzupassen.

Diese Broschüre soll über einen Einblick in die Branche und die Senatspolitik zur Medienpolitik hinaus auch dazu anregen, sich mit eigenen Ideen und Projekten in die Clusteraktivitäten einzubringen. Ein Überblick zu Ansprechpartnern ermöglicht hierzu einen leichten Einstieg.

Bei der Lektüre dieser Ausgabe von BWA-Kompakt wünsche ich Ihnen viel Spaß.

Gunnar Uldall
Senator für Wirtschaft und Arbeit
Freie und Hansestadt Hamburg

Medien- und IT-Metropole Hamburg

Einführung

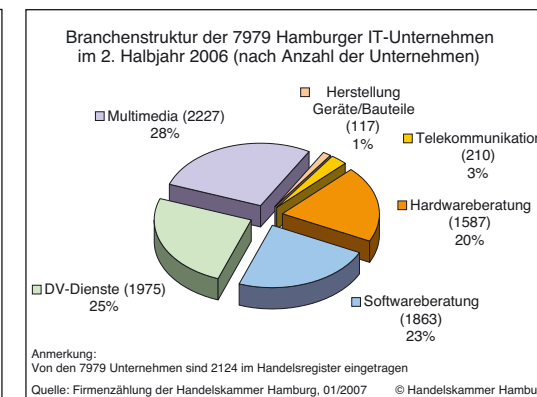
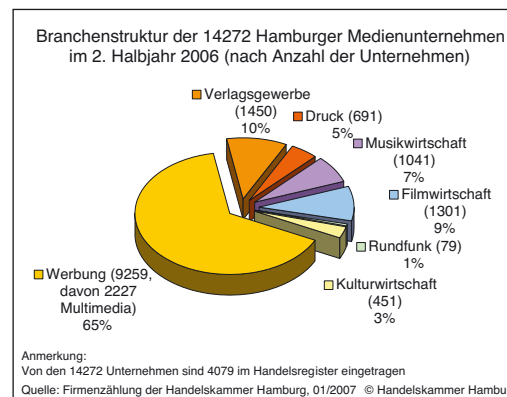
„Hauptstadt der Medien“, „Medienmetropole Nr. 1“ – Formulierungen wie diese kommen einem in den Sinn, will man die Bedeutung Hamburgs als einem der führenden Standorte der Medien- und Informationstechnologiewirtschaft in Deutschland und in Europa beschreiben. Und in der Tat hat der Medien- und IT-Standort Hamburg besondere Stärken zu bieten. Wo sonst findet man eine so vielfältige Medienlandschaft, eine hohe Zahl an Dienstleistern und Vernetzungsmöglichkeiten, qualifizierte Fachkräfte und umfassende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, gepaart mit einer ausnehmend hohen Lebensqualität an einem einzelnen Ort? Insbesondere der in Tiefe und Breite herausragende Bestand an Medienunternehmen über alle relevanten Medienzweige hinweg zeichnet die Medienmetropole Hamburg aus – gerade auch im Vergleich zu Standorten wie Berlin, Köln und München.

Zum Leistungsspektrum der Medien- und IT-Wirtschaft in Hamburg gehören im Wesentlichen Verlage, Film- und Fernsehunternehmen, Musik- und Hörfunkanbieter, Werbe-, Design- und PR-Agenturen sowie Firmen der Informationstechnologie- und der Telekommunikationsbranche mit Internet-Providern, System- und Softwarehäusern und zahlreichen anderen Dienstleistern.

Der Bereich der Medien- und IT-Wirtschaft gilt perspektivisch in nationalem wie internationalem Rahmen als ein wesentlicher Treiber der wirtschaftlichen und technischen Entwicklung und kann – vom Tonträgerbereich einmal abgesehen – wieder moderate Wachstumszahlen verzeichnen. Nach Expertenmeinung zählt der Medienbereich auch auf absehbare Zeit zu den zentralen Wachstumsfeldern.

Die Nutzung von Informationstechnologien ist inzwischen für fast alle Branchen ein wichtiger Erfolgsfaktor. Über die Hälfte der Industrieproduktion etwa hängt von den Informationstechnologien ab. Ein Trend der sich fortsetzt. Ging es ursprünglich darum, Verwaltungsprozesse mit Hilfe von Rechenzentren zu vereinfachen und zu beschleunigen, kontrollieren IT-Systeme seit Mitte der achtziger Jahre die Lagerwirtschaft, das Beschaffungswesen und schließlich die komplette Wertschöpfungskette vom Lieferanten bis hin zum Endkunden. Seit der Anbindung von Unternehmen an das Internet, die in den vergangenen Jahren rapide zugenommen hat, ist IT nicht mehr nur ein Instrument zur Steigerung der Effizienz vorhandener Systeme, sondern wirkt unmittelbar auf die gesamte Geschäftstätigkeit.

Die Handelskammer Hamburg weist in Ihrer jüngsten Firmenzählung aus, dass gut 20.000 Unternehmen in Hamburg den Bereichen Medien und IT zuzurechnen sind. Die nachfolgenden Grafiken zeigen die Verteilung innerhalb der Branchen (die Unternehmen des Segments Multimedia sind hier beiden Bereichen zugeordnet).



Insgesamt finden rund 110.000 Menschen in der Hamburger Medien- und IT-Branche Beschäftigung, wovon sich etwa 65.000 der klassischen Medienwirtschaft und 45.000 dem Bereich IT zurechnen lassen.

Konvergenz der Medien, Ausblick

Tradition, Moderne, Wandel – die Veränderungen im Bereich der Medien- und IT-Wirtschaft werden vor allem durch die fortschreitende technologische Entwicklung beeinflusst. Die umfangreichen Innovationen – insbesondere in den Bereichen Digitalisierung, Komprimierung, Miniaturisierung, Speicherkapazität und Prozessorenleistung – ermöglichen ein Zusammenwachsen verschiedener Medienformen und der betroffenen Märkte, welches allgemein mit dem Begriff „Konvergenz“ beschrieben wird.

Man kann hierbei unterscheiden zwischen

- technischer Konvergenz auf der Ebene der Netze: Durch Digitalisierung und kompatible Standards sind bisher verschiedenartige Datennetze für dieselben Inhalte zu nutzen,
- technischer Konvergenz auf der Ebene der Endgeräte: Unterschiedliche Geräte haben überschneidende Funktionalitäten und
- funktionaler Konvergenz auf Ebene der Dienste: Auf unterschiedlichen Endgeräten werden gleiche oder ähnliche Dienste angeboten.

Die Entwicklungen bedeuten auch für die bestehenden Medienformate oft große Herausforderungen, auf die es schnell und kreativ zu reagieren gilt.

Die Medienkonvergenz ermöglicht der Medien- und IT-Wirtschaft überdurchschnittliche Wachstumsraten. Schätzungen gehen davon aus, dass bis Ende 2010 mehr als 50 % des weltweiten Medien- und IT-Marktes auf das Zusammenwachsen der verschiedenen Segmente zurückzuführen sind.

Dem Trend der Medienkonvergenz widmet sich Hamburg mit besonderer Aufmerksamkeit. Hamburg kann aufgrund des breit gefächerten Medien-sektors bei Konvergenzthemen gegenüber anderen Standorten einen

Wettbewerbsvorteil erlangen und seine führende Position in Deutschland weiter ausbauen.

Die Auswirkungen der Verschmelzung von Teilbereichen des Medien- und IT-Sektors beschränken sich nicht nur auf die Herausbildung neuer Wertschöpfungsketten mit entsprechenden neuen Teilbranchen. Es ist darüber hinaus eine zunehmende Globalisierung der Medien- und IT-Wirtschaft zu beobachten, da Produkte und Dienstleistungen aufgrund des technischen Fortschritts oft rund um die Uhr quasi überall verfügbar sind.

Für den Hamburger Medien- und IT-Standort gilt es dementsprechend konsequent die damit verbundenen Chancen und Wachstumspotenziale auf nationalen wie internationalen Märkten zu nutzen. Die Voraussetzungen dafür sind gut: An keinem anderen deutschen Standort findet sich eine derart leistungsfähige und ausgewogene Struktur von renommierten Anbietern. Diese Stärke in allen Zweigen der Medien- und IT-Wirtschaft ist im Zeichen der zunehmenden Medienkonvergenz das entscheidende Alleinstellungsmerkmal des Medien- und IT-Standorts Hamburg. Es kommt darauf an, zum einen das bestehende Know-how am Standort weiter zu verbessern und zum anderen den themenübergreifenden Austausch gezielt zu unterstützen. Eine aktive Vernetzung in diesem Bereich ist notwendig, um im Standortwettbewerb einen Vorsprung zu erreichen. Hamburg kann dabei auf qualitativ hochwertige Strukturen aufsetzen, die der Senat in den letzten Jahren konsequent ausgebaut hat. Insbesondere die kleinen und mittleren Unternehmen der Medien- und IT-Wirtschaft können auf diese an Branchenspezifika ausgerichteten Strukturen aber auch auf eine große Palette an Angeboten der allgemeinen Wirtschaftsförderung zurückzugreifen.

Die auf Expansion und Internationalität setzende Senatspolitik unter dem Motto „Leitbild Metropole Hamburg – Wachsende Stadt“ mit ihrem clusterorientierten Ansatz für den Medien- und IT-Sektor ist die Grundlage für verschiedene Schwerpunktthemen und Maßnahmen.



Pressehaus Gruner + Jahr

Die Branchenzweige in der Medien- und IT-Wirtschaft

Printmedien

Seit Jahrhunderten ist Hamburg das führende deutsche Zentrum für den internationalen Austausch von Gütern und Dienstleistungen – aber auch von Nachrichten und Informationen aller Art. Bereits in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts gilt Hamburg als „Deutschlands zeitungreichste Stadt“, in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelt sich die Elbmetropole zum unangefochten führenden Pressezentrum des Landes. Große Verlegerpersönlichkeiten wie u. a. Rudolf Augstein, Heinrich Bauer, Gerd Bucerius, John Jahr, Henri Nannen und Axel Springer hatten hieran entscheidenden Anteil.

Heute werden 15 der 20 auflagenstärksten Kaufzeitschriften von Hamburg aus gesteuert. Europas auflagenstärkste Tageszeitung ist ebenso hier beheimatet wie Deutschlands bedeutendstes politisches Wochenmagazin, seine größte Rundfunkprogrammzeitschrift, reichweitenstärkste Sonntags- wie auch Wochenzeitung. Weitere Legenden und Superlative ließen sich problemlos anfügen – aber natürlich auch zahlreiche neuere Konzepte und Erfolgsstorys von der GEO-Family über FIT FOR FUN und der FINANCIAL TIMES DEUTSCHLAND bis hin zu BRAND EINS, MARE und NEON.

Bartkowiaks



Auf eine lange Tradition kann auch der Buchverlagsstandort Hamburg verweisen – im Falle des renommierten Verlages Hoffmann und Campe auf nicht weniger als zwei volle Jahrhunderte. Heinrich Heines Stimme wurde einer breiteren Öffentlichkeit erst durch ihn näher gebracht und der weltberühmte Harry Potter von Joanne Rowling bliebe ohne den hiesigen Carlsen Verlag in Deutschland eine unbekannte Größe. Vor den Toren Hamburgs sitzt mit Rowohlt der Verlag, der die Deutschen einst revolutionär mit erschwinglichen Rotationsdrucken und später Taschenbüchern beglückte – in den Mauern beherbergt Hamburg eine Vielzahl von Verlagen, die sich der Buchästhetik verpflichtet haben, wie z. B. das Haus Bartkowiak mit ihrem weltweit beachteten Kompendium Forum Book Art.

Eng verbunden mit den Printmedien sind die Druckereien – Ende 2006 hatten nach Erhebungen der hiesigen Handelskammer nicht weniger als 691 Unternehmen dieses Wirtschaftszweiges ihren Sitz in Hamburg. Dazu zählt auch der europaweit agierende, führende Tiefdruckkonzern PRINOVIS, in dem seit 2005 die Druckaktivitäten der Verlage Bertelsmann, Gruner + Jahr und Axel Springer gebündelt sind.

Musikwirtschaft

In Hamburg spielt Musik traditionell eine große Rolle. Die oft zitierte Bandbreite von Brahms bis Beatles steht weniger für musikalische Grenzen als für Vielfalt und Bedeutung der Musik in Hamburg. Hamburg ist die Musicalhauptstadt Deutschlands und zusammen mit London die führende Musicalmetropole Europas: Musicalproduktionen wie z. B. Mamma Mia!, Disneys Der König der Löwen oder früher Cats, das bis zum Jahr 2001 fast 15 Jahre in Hamburg aufgeführt wurde, zogen und ziehen die Besucher millionenfach an. Das Opern-, Ballett- und Konzertangebot hat internationales Format: Simone Young, John Neumeier, Andrey Boreyko wie Christoph von Dohnányi genießen höchste Anerkennung. Mit der geplanten Elbphilharmonie in der HafenCity wird Hamburg nicht nur ein neues imposantes Konzerthaus erhalten, sondern zugleich ein spektakuläres neues Wahrzeichen.



Elbphilharmonie Hamburg – Entwurf des schweizerischen Architekturbüros Herzog & de Meuron

Hamburg bietet seit jeher einen kreativen Nährboden für Musik aller Genres. Unter den vielen Künstlern, die aus Hamburg kommen oder hier ihren Lebensmittelpunkt haben, sind Roger Cicero, Jan Delay, Annett Louisan, Revolverheld, Sasha, Texas Lightning oder Tomte nur einige Namen, die aktuell im Bereich Pop- und Rockmusik in aller Munde sind und auf ihre jeweilige Weise für Hamburg und für die Bedeutung der Stadt als Musikmetropole stehen.

Nicht wegzudenken und für Hamburg sehr wichtig ist auch die abwechslungsreiche, pulsierende Live-Musik-Clubszene mit Locations wie dem Mandarin Kasino (vormals Mojo Club), dem Knust, dem Übel & Gefährlich oder dem Molotov, um nur einige ganz wenige zu nennen. Und wenn es viele Tausend Zuschauer werden sollen, geht man (von den zahlreichen Open Air-Möglichkeiten einmal abgesehen) in die Sporthalle Hamburg oder die bis zu 16.000 Plätze bietende Color Line Arena.

Die gesamte Musikbranche mit ihren Tonträgerunternehmen, Labels und Verlagen, Clubs und Veranstaltern, Künstlern und Komponisten etc. ist in Hamburg ein sehr bedeutender Wirtschaftsfaktor. Die Handelskammer weist in ihrer aktuellen Zählung über 1.000 Unternehmen in Hamburg der Musikwirtschaft zu. Kennzeichnend für den Musikstandort Hamburg ist die ausgewogene Mischung kleiner, mittlerer und großer Unternehmen aus den verschiedenen Bereichen der Musikwirtschaft. Vom neu gegründeten Independent Label bis zur Major Company ist an der Elbe alles vertreten: Warner Music und edel music z. B., die Musikverlage EMI Music Publishing, Peer und Sikorski, Musikvertriebe wie Indigo und Soulfood und natürlich auch Veranstalter wie Karsten Jahnke, FKP Scorpio und Funke Media um nur eine kleine Auswahl zu nennen.

Angesichts der weltweiten Markteinbußen in den vergangenen Jahren und des veränderten Konsumentenverhaltens infolge neuer technischer Entwicklungen erlebt die Branche seit einiger Zeit gravierende Veränderungsprozesse.

Die Umsatzrückgänge im Tonträgerbereich verlangsamten sich inzwischen zwar, jedoch macht das Wachstum digitaler Musikkonsum auf den verschiedensten Kanälen die Umsatzverluste bei weitem noch nicht wett. Auch Hamburger Tonträgerunternehmen sind betroffen und herausgefordert, auf die Marktveränderungen zu reagieren.



© Meike Hansen

Karostar Musikhaus St. Pauli

Seit 2006 gibt es in Hamburg das Karostar Musikhaus St. Pauli. In über 30 Büros, drei Produktionsstudios und Läden bietet es jungen Unternehmen aus der Hamburger Musikwirtschaft günstige Startkonditionen. Der Bau des Karostar wurde von der BWA und der EU gefördert und kürzlich ist es bei der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ 365 Orte im Land der Ideen 2007 unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten ausgewählt worden. Im Karostar findet man Firmen wie Grand Hotel van Cleef, Neue Helden oder die Hanseplatte – ein Geschäft, das ausschließlich Musik und Waren aus Hamburg anbietet. Auch der RockCity Hamburg e.V., Anlaufpunkt für Musikschafter insbesondere im Bereich

Rock/Pop in Hamburg und der Clubkombinat Hamburg e.V., die Interessenvertretung für die Clubszene, sind im Karostar ansässig.

Für die Vernetzung der Unternehmen am Standort wichtig sind insbesondere auch die Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft (IHM), die mit ihren Mitgliedern ein breites Spektrum der Hamburger Musikbranche repräsentiert sowie der VUT-Nord, als Regionalgruppe des Verbandes unabhängiger Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten e.V. (VUT). Neben der Bündelung der Interessen seiner Mitglieder organisiert der VUT-Nord z. B. im Rahmen regelmäßiger Veranstaltungen einen aktiven Wissenstransfer zu aktuellen Themen der Musikbranche.



© Christian Brodack

Reeperbahn Festival 2006 – Eröffnung mit der Hamburger Band Tomte

Das besondere Flair und die hohe Clubdichte St. Paulis mit dem neu gestalteten Spielbudenplatz im Zentrum des Geschehens bildeten die perfekte Kulisse für das 2006 erstmals durchgeführte Reeperbahn Festival.

Drei Tage lang wurde auf den Bühnen zahlreicher fußläufig voneinander entfernt liegender Clubs ein vielfältiges und qualitativ hochwertiges Programm präsentiert. Um den Musikstandort Hamburg durch einen publikumsattraktiven Event von nationaler und internationaler Bedeutung zu stärken, wurde das Festival von der BWA im Schulterschluss mit der Kulturbehörde und der Hamburg Marketing GmbH finanziell unterstützt. Im September 2007 soll das Reeperbahn Festival mit Unterstützung der Stadt erneut über die Bühne(n) gehen.

Film und Fernsehen

Im Bereich der audiovisuellen Medien (Film und Fernsehen) nimmt Hamburg mit über 1.300 Unternehmen bundesweit eine bedeutende Stellung ein. Rund 700 Unternehmen, darunter bekannte Namen wie Studio Hamburg, Wüste Filmproduktion und VCC Perfect Pictures AG, umfasst dabei allein das Segment der Filmwirtschaft. Die Stärken Hamburgs im Standortwettbewerb der Film- und Fernsehproduktion liegen dabei in einer vielfältigen Infrastruktur sowie der Vernetzung mit Presse und Werbung und einer facettenreichen, künstlerischen und kreativen Szene. Die vielen einzigartigen Motive, „filmfreundliche“ Ämter und Behörden, eine rege Produzentenszene, viele engagierte Filmemacher, Autoren und Regisseure haben über Jahre das kreative Klima der Hansestadt geprägt.

Als Drehort ist Hamburg sehr gefragt, die Zahl der in Hamburg realisierten Film- und Fernsehproduktionen beträgt zwischen 100 und 150 größere Vorhaben jährlich. Eine deutschlandweit führende Rolle spielen hoch spezialisierte Hamburger Unternehmen der Animationsfilmproduktion, die dabei u. a. auf die Absolventen der Animation School Hamburg zurückgreifen können. Auch im Bereich der Werbefilmproduktion nimmt Hamburg eine Spitzenposition ein. Die Filmförderung Hamburg GmbH (FFHH), eine Tochter der Behörde für Wirtschaft und Arbeit, bietet den Film- und Fernsehschaffenden umfassende Finanzierungs-

Beratungs- und Serviceleistungen. Ihre Fachveranstaltungen und Workshops werden von der Branche stark nachgefragt. In 2006 hat die FFHH rund 6,7 Mio. € für die Entwicklung, Herstellung und Auswertung von Filmen vergeben. Von den in Hamburg durchgeführten Produktionen wurden allein 124 vom Locationbüro der FFHH bei der Motivsuche und der Kontaktvermittlung zu Motivgebern, Genehmigungsstellen und filmtechnischen Betrieben unterstützt.



Dreharbeiten an den Magellan-Terrassen in der HafenCity

Über Förderungen des MEDIA Programms der Europäischen Union zur Stärkung und Unterstützung der audiovisuellen Industrie informiert in Hamburg der MEDIA Desk Deutschland, dessen Etat von der BWA mitfinanziert wird.



Das Filmfest Hamburg mobilisiert mit einer ausgewogenen Mischung aus cineastisch besonders anspruchsvollen Filmen und solchen für das breitere Publikum während einer knappen Woche über 30.000 Kinobesucher.

Neben seiner Internationalität bietet es als Besonderheit in der Reihe TV Spielfilme qualitativ herausragenden TV-Produktionen eine Präsentationsmöglichkeit auf der großen Leinwand.

Auch das Internationale Kurzfilm Festival und die Lesbisch Schwulen Filmtage ziehen zahlreiche Zuschauer an.



Daneben zeigt das Bitfilm-Festival seit 2000 die Vielfalt digitaler Filmkunst. Diese von der BWA geförderte und mit dem Grimme-Preis ausgezeichnete Film-Plattform soll Filmtalenten eine Heimat im Internet zu geben. Filmemacher können ihre Werke per Upload über das Internet einreichen. Alle Filme sind im Netz zu sehen. Man kann über sie abstimmen und sie an andere Internetsurfer weiterempfehlen. Das Bitfilm-Festival ist damit das erste Filmfestival weltweit, das auf dem Prinzip des „Virus

Movies“ aufbaut. Ein Konzept mit Erfolg – im Jahr 2006 haben 180.000 Interessierte die Website besucht und 22.000 Stimmen für die Prämierung der Wettbewerbsbeiträge abgegeben.

Rundfunk

Rundfunk hat in Hamburg Tradition. Bereits am 2. Mai 1924 begann die Nordische Rundfunk AG, aus der sich später der NDR entwickelte, ihren regelmäßigen Sendebetrieb mit einem immerhin täglich sechsständigen Hörfunkprogramm.

Heute ist Hamburg ein bedeutender Standort für den öffentlich-rechtlichen wie privaten Rundfunk. Mit dem NDR beherbergt Hamburg die drittgrößte deutsche Rundfunkanstalt mit weit über 3.500 Mitarbeitern.

Neben einer Fülle von Programmbeiträgen für das ARD-Gemeinschaftsprogramm und dem N3 Landesprogramm bietet der NDR mit dem Landeshörfunkprogramm NDR 90.3 und den im gesamten Sendegebiet ausgestrahlten Sendern N-JOY, NDR INFO, NDR 2, NDR Kultur auch eine Vielzahl von Hörfunkangeboten in Hamburg. Zugleich ist Hamburg Sitz der Zentralredaktion ARD Aktuell mit rund 240 Mitarbeitern in Redaktion und Produktion. Als Gemeinschaftsredaktion aller Landesrundfunkanstalten produziert ARD Aktuell die Sendungen „Tagesschau“, „Tagesthemen“



Tagesschau mit Sprecher Marc Bator

„Wochenspiegel“ und „Nachtmagazin“. Damit kommen die bedeutendsten und zuschauerstärksten Fernsehnachrichten direkt aus Hamburg. Das ZDF betreibt in Hamburg am Deichtor-Center ein großes Landesstudio, das im „heute-journal“ und den „heute“-Nachrichten von den aktuellen Entwicklungen aus Hamburg berichtet.



Radio Hamburg – Gläsernes Studio

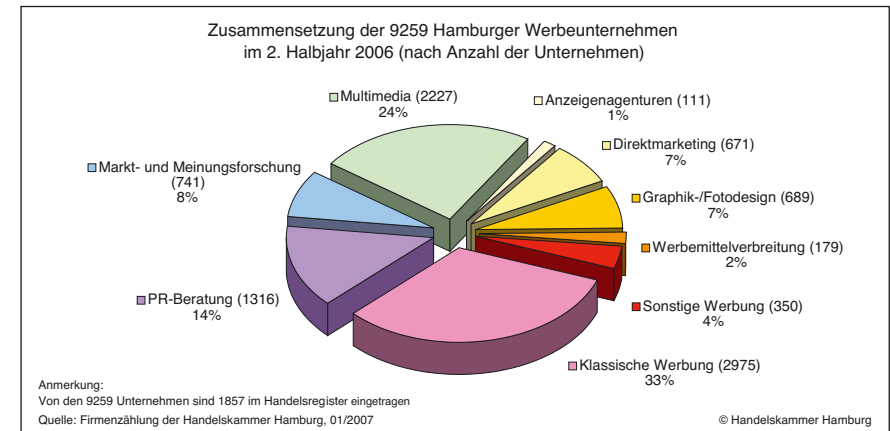
Auch für den privaten Rundfunk ist die Medienstadt Hamburg seit seinem Start im Jahr 1986 ein starker Standort. Heute ist Hamburg mit einem breiten Angebot privater Fernseh- und Hörfunkangebote gut aufgestellt. Mit Radio Hamburg, 106!8 rock 'n pop, Energy 97.1 Hamburg, Oldie 95, FSK, Hamburger Lokalradio, Klassik Radio, PinkChannel, Radio Digital 1, Radio Hamburg und TIDE 96.0 werden in Hamburg 10 private kommerzielle und nicht-kommerzielle Hörfunkprogramme produziert. Auch Europas größter Hörfunkvermarkter, die Radio Marketing Service Gesellschaft (RMS), hat ihren Sitz in Hamburg.

Daneben veranstalten zahlreiche private Fernsehsender ihr Programm in Hamburg. RTL-Nord, Hamburg 1, Sat.1-Nord, SpiegelTV digital, Bibel TV und TIDE TV versorgen die Zuschauer mit einem lokalen, regionalen und bundesweiten Fernsehprogramm. Der 1995 gegründete Sender Hamburg 1 ist inzwischen der erfolgreichste deutsche Lokal-TV-Sender. Mit Hamburg 24 gibt es darüber hinaus den ersten regionalen Sender für das mobile Fernsehen (Handy-TV).

Eine zukunftsweisende technische Infrastruktur macht Hamburg zu einem der wettbewerbsintensivsten Rundfunkstandorte Deutschlands. Mit 31 analog terrestrisch empfangbaren Radiosendern im Großraum Hamburg sowie der seit 2004 bestehenden flächendeckenden Versorgung mit dem digitalen Antennenfernsehen DVB-T ist Hamburg bestens positioniert. Auch digitale Hörfunkprogramme sind in Hamburg am Markt. Die Digitalisierung lässt dazu einen weiteren, rasanten Anstieg der Programmvierfalt erwarten und mit dem mobilen Fernsehen steht zudem ein völlig neuer Übertragungsweg offen.

Werbung und Design

In Sachen Werbung und Design führt kein Weg an Hamburg vorbei. Der Werbe- und Designstandort Hamburg ist Magnet für Kreative, in dem zukunftsweisende Ideen solide verwirklicht werden können. Hier besteht ein gesundes Verhältnis zwischen Angebot und Nachfrage, denn viele große Markenhersteller sind in Hamburg vertreten und steuern von hier aus ihr Marketing.



Der Standort ist attraktiv und die steigende Zahl der Werbeunternehmen spricht eine deutliche Sprache: Laut Erhebungen der Handelskammer Hamburg hatten 2004 insgesamt 7.666 Werbeunternehmen ihren Sitz in Hamburg, zwei Jahre später waren es bereits 9.259. Dieses entspricht einer Steigerungsrate von über 20 Prozentpunkten!

Ein Anteil in Höhe von knapp 11.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten an den gut 17 000 Erwerbstätigen in der Werbebranche (PR-Beratung sowie Markt- und Meinungsforschung eingerechnet) verweist einerseits auf einen in den letzten Jahren gestiegenen Anteil an Freiberuflern, andererseits aber auch auf die Tatsache, dass Hamburg damit einer der bedeutendsten Standorte für Werbung in der Bundesrepublik ist.

Innerhalb der letzten fünfundzwanzig Jahre hat sich die Elbmetropole zum führenden Kreativzentrum der deutschen Werbewirtschaft entwickelt. Hamburger Agenturen nehmen in den jährlich ermittelten Kreativrankings immer wieder die vorderen Plätze ein. Allen voran Scholz & Friends, Springer & Jacoby sowie Jung von Matt hatten sich in den zurückliegenden Jahren zum Maß der Dinge in der deutschen Kreativwerbung entwickelt und fortwährend wuchsen neue „Herausforderer“ am Standort heran: von Kolle Rebbe, Zum goldenen Hirschen, Grabarz & Partner, Philipp & Keuntje bis hin zu Nordpol, Kempertrautmann und Red Rabbit. Und auch die Niederlassungen international agierender Agenturen dürfen hier nicht fehlen: von McCann Erickson über TBWA und JWT bis Leagas Delaney.

Über den Full-Service-Bereich der Werbeagenturen hinaus ist Hamburg auch auf dem Feld der Spezialagenturen der kommerziellen Kommunikation bestens positioniert. Neben Ausgründungen der großen Werbeagenturen haben sich eigenständige Spezialisten in vielen Bereichen zu Key-Playern entwickelt: ob als PR- oder Dialogmarketingagentur, als Eventorganisator oder Beratungsspezialist für Branding und strategische Markenführung. Hauptstadt ist Hamburg auch in der Meinungs- und Marktforschung: Über 150 einschlägige Institute, die mit ihren Befragungen Unternehmen und Agenturen bei der Entwicklung von Produkten sowie der Konzeption von Werbekampagnen unterstützen, haben hier ihren Sitz.

Zu Recht gilt Hamburg seit vielen Jahren als Hochburg für Design in Deutschland. Ob bei Preisen und Auszeichnungen, Agenturrankings oder Produkten und Gegenständen des täglichen Bedarfs: Überall findet sich die Handschrift Hamburger Gestaltungsexperten. In den letzten beiden Jahren hat sich die Zahl Hamburger Designunternehmen um 262 auf 1.886 erhöht – dies entspricht einer Steigerung um gut 16 %. Die Spitzenposition behaupten die Kommunikationsdesigner mit 1.385 Unternehmen, davon 686 Gestalter von Internet-Angeboten, 471 Graphik- und Fotodesigner und 141 Gebrauchsgraphiker.

Besonders profiliert sind die Hamburger Designbüros in den Bereichen Branding, Corporate und Package Design. Peter Schmidt, Lothar Böhm, Landor Associates, Enterprise IG, Brand Central Station, Factor Design, Mutabor Design, Büro Hamburg, bfg – büro für gebrauchsgrafik, Ligalux, Syndicate Brand & Corporate Design oder Solutions Markenidentität und Design sind im besten Sinne Botschafter kreativen und erfolgreichen Hamburger Designs. Aber auch in den Bereichen Innenarchitektur, Möbel-, Licht und Ausstellungsdesign hat Hamburg hohe Designkompetenz. Die Arbeiten von Rolf Heide, Peter Maly, Hadi Teherani, Christian Werner, Gil Coste, BFGF | Büro für Gestaltungsfragen, feldmann + schultchen design, Tom Schlotfeldt, Tobias Grau, Ulrike Brandi, Peter Andres oder Studio Andreas Heller stehen weit über Hamburgs Grenzen hinaus für hohe Designqualität.

hamburgunddesign^o

Erste Adresse für Designagenturen und Designer ist die 1995 von der Wirtschaftsbehörde ins Leben gerufene Initiative hamburgunddesign^o. Auf der Suche nach Designagenturen oder Informationen zur Unternehmensgründung erhält man hier kompetente Hilfe. Seit 1998 stellen einmal im Monat Repräsentanten von Hamburger Designagenturen sich und ihre neuen Projekte in der Veranstaltungsreihe „hamburgunddesign^o zu Gast im stilwerk“ vor; ein wichtiger Treffpunkt auch für anschließendes Networking.



Stilwerk Hamburg

Design
Festival
Hamburg
2006

2006 fand erstmals ein von hamburgunddesign^o initiiertes und organisiertes Design-Festival statt, bei dem über fünf Tage in 139 Veranstaltungen an den unterschiedlichsten Orten in Hamburg ein bunter Strauß des kreativen Potenzials in Hamburg vorgestellt wurde.

Gemeinsam mit der Initiative schreibt die Behörde für Wirtschaft und Arbeit seit 1995 alle zwei Jahre den Wettbewerb um den begehrten hamburgdesignpreis^o aus, dessen Preisträger zum Designpreis der Bundesrepublik Deutschland nominiert werden.

IT- und Telekommunikation

Grundlage für die Konvergenz der Medien ist die zunehmende Digitalisierung von Informationen. Dabei nimmt die IT- und Telekommunikationsbranche die entscheidende Rolle ein: Sie stellt die notwendige Kommunikationsinfrastruktur, die Instrumente zur Verarbeitung von Informationen (Software) und ist zunehmend selbst auch Anbieter multimedialer Services. In Hamburg waren Ende 2006 fast 8.000 Unternehmen mit ca. 45.000 Mitarbeitern in der IT- und Telekommunikationsbranche aktiv.

Telekommunikationsbranche

Konvergenz besteht zunehmend zwischen bisher gesonderten Übermittlungswegen und -diensten. Während traditionell die Übertragung von Fernsehprogrammen einerseits und von Sprachtelefonie und Daten (Internet) über unterschiedliche Netze erfolgte, wird es jetzt möglich, über das Fernseekabel zu telefonieren, aber auch über das bisherige Telefonnetz Fernsehen zu übertragen. Dadurch werden sowohl die Anbieter „klassischer“ Telekommunikation als auch die Betreiber der Fernseekabelnetze in die Lage versetzt, Telefonie, Internet und Fernsehen aus einer Hand und über eine Infrastruktur anzubieten: das sog. Triple Play. In der Folge verschmelzen die bisher getrennten Märkte zu einem neuen Markt mit einer neuen Anbieter- und Angebotsstruktur.



Hamburg ist auf diese Entwicklung vorbereitet. Das Hamburgische Unternehmen HanseNet ist als einer der ersten Anbieter mit einem Triple Play Angebot auf den Markt gegangen und ist inzwischen bundesweit aktiv. HanseNet bildet zusammen mit anderen in Hamburg ansässigen Unternehmen wie Freenet und Easynet sowie mit den Niederlassungen vieler anderer bundesweit tätiger Unternehmen die starke Hamburger Telekommunikationsbranche. Von deren intensiv konkurrierenden und deswegen leistungsstarken und preisgünstigen Angeboten profitieren nicht nur die privaten Telekommunikationsnutzer in Hamburg.

Auch für Wirtschaftsunternehmen ist ein solches Angebot ein wesentlicher Faktor, der neben anderen wichtigen Rahmenbedingungen die Entscheidung für oder gegen einen Standort bestimmt. In Hamburg finden Unternehmen aus Branchen mit besonders hohen Ansprüchen an die Telekommunikationsversorgung, z.B. aus der Medienbranche oder aus dem E-Businessbereich, die passenden Anbieter mit den erforderlichen Bandbreiten und Diensten zu günstigen Preisen.

Software

Die fast 1.900 Unternehmen dieses Sektors stellen den zweitgrößten Anteil an der Hamburger IT-Wirtschaft. Einige der größten internationalen und deutschen Software-Unternehmen sind in Hamburg vertreten, darunter Adobe Systems Engineering GmbH, LogicaCMG, IBM Deutschland GmbH, INFO AG, Lufthansa Systems GmbH, Microsoft Business Solutions (Navision), SAP AG oder Siemens Business Services. Zahlreiche

Hamburger Softwarehäuser haben sich spezialisiert und zählen auf ihrem Gebiet zu den renommiertesten Anbietern, z.B. die CoreMedia AG als führender Hersteller von Content-Technology oder im Open Source-Bereich Freiheit.com bzw. die im Linux-Solution Park zusammengeschlossenen Unternehmen. Und schließlich operieren von Hamburg aus viele führende Unternehmensberatungen (z.B. SteriaMummert), die sich auf Software spezialisiert oder dort einen Schwerpunkt haben.

Multimedia

An der Schnittstelle zwischen Medien und IT hat sich in den vergangenen 10 Jahren die Multimediabranche entwickelt, die sich sowohl aus eher kreativen (Werbebranche) wie auch mehr technischen (Softwarebranche) Unternehmen zusammensetzt. Dabei hat sich Multimedia zu einer der Kernkompetenzen der Hamburger IT-Wirtschaft entwickelt. Diese starke Ausprägung hat Hamburgs Ruf als Internetmetropole nachhaltig geprägt. Hierzu hat die Qualität und Breite der angebotenen Produkte und Dienstleistungen beigetragen. Neben namhaften Multimedia-Agenturen, wie Elephant Seven oder SinnerSchrader sind viele der deutschen Top-Online-Vermarkter (z.B. AOL, Quality Channel) in Hamburg beheimatet, und mit Google hat sich die international erfolgreichste Suchmaschine in der Hansestadt niedergelassen.

Seitens der Medienwirtschaft waren es vor allem die Verlage, die mit Ihren Inhalten als Vorreiter der digitalen Kommunikation via Internet fungierten und somit Hamburgs Ruf als Internethauptstadt Deutschlands mit begründeten: So hat sich z.B. das Nachrichtenmagazin Spiegel-Online an der Spitze der meistbesuchten Webseiten Deutschlands etabliert und die Online-Ausgabe der Wochenzeitschrift DIE ZEIT hat z.B. mit ihren Audio-Services frühzeitig die Chancen, die in der Konvergenz der Medien liegen, erkannt.

Ein besonders starkes Wachstum verzeichnet die Games-Branche, die im wahrsten Sinne des Worts „multimedial“ ist: mobil oder stationär wachsen

hier PC-, Entertainment-, Film- und Werbebereich zusammen. Die Branche profitiert im besonderen Maße vom Trend zur Medienkonvergenz. Hamburg verfügt als bedeutender deutscher Medienstandort mit zahlreichen lokalen Kultur- und Unterhaltungsangeboten sowie diversen Computerspiele-Unternehmen über gute Voraussetzungen, sich als bevorzugter Standort der Games-Branche zu etablieren. So sind führende Publisher (dtp, Codemasters, EIDOS, Flashpoint), Entwickler (e-sport, sofatronic), Anbieter für mobile Entertainment (Fishlabs, ExitGames) und eine ganze Reihe spezifischer Dienstleister in Hamburg zuhause.



Einzelne Schwerpunktthemen

Gamecity Hamburg

Gemeinsam mit Hamburger Unternehmen hat die Hansestadt im Rahmen der Initiative Hamburg@work das Projekt Gamecity Hamburg ins Leben gerufen. Seit seiner Gründung am 15. Oktober 2003 kümmert sich der Arbeitskreis Games aktiv um die Belange der Games-Branche. Der AK Games ist mit seinen zahlreichen und vielseitigen Events längst eine Institution der nationalen Games-Szene geworden. Gefördert wird über die verschiedenen Veranstaltungen nicht nur die Vernetzung der Spielefirmen untereinander, es wird auch eine Brücke zu benachbarten und artverwandten Branchen, wie beispielsweise der Werbe- oder der Filmwirtschaft, geschlagen.

Das „Business-Speed-Dating“ der Gamecity Hamburg beweist darüber hinaus, dass Networking-Events nicht immer nach dem gleichen Schema ablaufen müssen. Der Erfolg dieser einzigartigen Veranstaltung, bei der die Teilnehmer binnen kürzester Zeit mit einer Vielzahl anderer Unternehmen in Kontakt kommen, gibt dem Projekt Recht. Seit 2005 sponsern Hamburger Unternehmen gemeinsam mit der Stadt zudem einen Gründerpreis für den besten Businessplan der Games-Branche. 2006 war der begehrte Preis mit 48.000 Euro dotiert.

Die Unterstützung für in Hamburg ansässige Spielefirmen geht jedoch noch einen Schritt weiter: Seit 2004 initiiert und organisiert die Initiative Hamburg@work für Spieleunternehmen aus der Region Hamburg einen Gemeinschaftsstand auf der GC – Games Convention in Leipzig, Europas führender Messe für Computer- und Videospiele. 2006 realisierte das Team darüber hinaus einen Gemeinschaftsstand auf der G*Star in Korea und eine Delegationsreise für Hamburger Games-Unternehmen nach China.

Einen weiteren Meilenstein für die deutsche Spiele-Branche setzte Hamburg im Juni 2006: Als erstes Bundesland rief Hamburg ein Förderprogramm ins Leben, das sich explizit an Spiele-Entwickler aller Plattformen richtet. Mit einer Fördersumme von bis zu 100.000 Euro pro Projekt, die als rückzahlbare Zuwendung bereit gestellt werden, ist das Förderprogramm vor allem für die Unterstützung der Developer bei der sogenannten Prototypenentwicklung gedacht. Sie wird als größte Einstiegshürde vor allem für kleinere und mittlere Unternehmen angesehen, da ein solcher Prototyp als Voraussetzung für weiterführende Verhandlungen mit den Publishern gilt. Bei der Entscheidung über zu fördernde Projekte wird die Stadt von einem Expertengremium beraten. Networking, auch bei der Förderung, ist eben die beste Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg.



Hamburg in 3D bei Google Earth

Webcity Hamburg

Die Wahrnehmung und Nutzung des Internets hat sich in den vergangenen drei bis vier Jahren in Richtung einer verstärkten Interaktivität der User verändert. Das Netz wird nicht mehr nur zur Informationsbeschaffung genutzt, sondern auch zur Produktion von eigenen Inhalten sowie der Vernetzung mit anderen Nutzern. Online-Dienste wie Weblogs, Foren, Podcasts oder Communities bieten Raum, sich auszutauschen, Medienberichte zu kommentieren oder die eigene Meinung zu publizieren. Der Internetuser konsumiert also nicht nur, sondern nimmt an der Gestaltung des Mediums teil. Letztendlich kriert er sogar neue Inhalte. mySpace und YouTube sind prominente Beispiele für das wirtschaftliche Potential, das hinter dieser Entwicklung steht. Nach Expertenmeinung wiesen

die aktuellen Geschäftsmodelle, trotz auch mahnender Stimmen, deutlich größere betriebswirtschaftliche Substanz und Sorgfalt auf, was auch dadurch unterstützt wird, dass vielfach bereits schwarze Zahlen geschrieben werden. Daneben haben diese Entwicklungen zum Teil aber auch sehr nachhaltigen Einfluss auf die „klassischen“ Medien, die sich auf das geänderte Nutzungsverhalten insbesondere jüngerer Zielgruppen einstellen müssen. Vor diesem Hintergrund greift Hamburg@work das Thema unter dem Projekttitel „Webcity Hamburg“ mit dem Ziel auf, verschiedene Partner am Standort miteinander zu vernetzen und die Chancen neuer Technologien und Anwendungen einer breiten Öffentlichkeit darzustellen, z.B. mit dem Projekt „Hamburg in 3D bei Google Earth“

Die 3D-Visualisierung von Google Earth ist ein Paradebeispiel für sogenannten user-generated Content, denn hier kann jeder Nutzer z.B. sein Haus präsentieren. Hamburg@work hat gemeinsam mit dem Landesamt für Geoinformation und Vermessung Häuser, Straßenzüge und Sehenswürdigkeiten der Hamburger Innenstadt, als erste europäische Metropole fotorealistisch abgebildet. Damit ist der Startschuss für Bürger, Unternehmen und Organisationen gegeben, ihr eigenes Haus virtuell nachzubauen und in das Programm Google Earth einzupflegen. Neben der Verwendung des Hamburger 3D-Stadtplans für den Tourismus bietet das Projekt auch andere Möglichkeiten der Vermarktung: Unternehmen und Geschäfte könnten zum Beispiel ihre Standorte und Filialen in den Stadtplan integrieren und so die Aufmerksamkeit potentieller Neukunden wecken.

Digitale Spartenkanäle

Die Digitalisierung von Hörfunk und Fernsehen hat die Voraussetzung für das Zusammenwachsen von Informations-, Kommunikations- und Rundfunktechniken zu umfassenden Datenverbundsystemen geschaffen und hiermit neue Wertschöpfungspotenziale sowohl beim klassischen Rundfunk als auch im Bereich neuer multimedialer Dienste erschlossen.

Rasch anwachsende technische Reichweiten mit deutlich erweiterten Übertragungskapazitäten schaffen zugleich eine veränderte Ausgangslage für neue Angebote. Klassische Fernsehprogramme werden sich vor diesem Hintergrund zu Programmbouquets weiterentwickeln. Daneben ergibt sich die Chance für den Markteintritt neuer Teilnehmer, welche das Wettbewerberumfeld im Fernsehmarkt und die heutige Fernsehlandschaft mit neuen Programmformen verändern werden.

Digitale Spartenkanäle werden gerade auch im Zusammenhang mit den neuen multimedialen und mobilen Übertragungsinfrastrukturen als Wachstumsmarkt gesehen. Aber auch im Bereich des Satelliten- und insbesondere des digitalen Kabels bestehen neue Kapazitäten für neue Märkte.

Hamburg befindet sich in der Vorbereitung von Fördermodellen, um neuen Spartenangeboten Entwicklung und Markteintritt zu erleichtern.

Handy-TV

Die Digitalisierung im TV-Bereich lässt nicht nur einen weiteren, rasanten Anstieg der Programmvielfalt erwarten. Mit dem mobilen Fernsehen (Handy-TV) steht zudem ein völlig neuer Übertragungsweg offen. Führende Medienunternehmen befassen sich mit Konzepten für spezielle Formate für mobiles Fernsehen.

Für Handy-TV wird in den kommenden Jahren ein starkes Wachstum erwartet. Die Ergebnisse von Befragungen von Mobilfunknutzern weisen auf eine hohe Akzeptanz von mobilem Fernsehen hin. Entsprechend optimistisch sind die Erwartungen der Gerätehersteller, was den Markt für TV-fähige Handys betrifft. Experten sehen für Handy-TV insgesamt ein großes Potenzial, die Medien- und Dienstleistungslandschaft weltweit maßgeblich zu beeinflussen.

Der Medienstandort Hamburg wirkt auf dem Feld Handy-TV aktiv mit. Zur Fußballweltmeisterschaft 2006 startete in Hamburg ein sehr erfolgreiches Pilotprojekt zu Handy-TV. Und mit Hamburg 24 gibt es bereits den ersten regionalen Sender für Handy-TV. Auf Initiative Hamburgs wurde im Dezember 2006 ein Runder Tisch in der Hansestadt veranstaltet, bei dem Marktteilnehmer und Regulierer über die Schaffung eines bundesweiten DVB-H-Netzes für Handy-TV und ein mögliches Geschäftsmodell für das mobile Fernsehen verhandelten.

Die bundesweite Markteinführung von Handy-TV ist zum Weihnachtsgeschäft 2007 geplant.

Mit Blick auf diese Entwicklung beabsichtigt Hamburg, gezielte Fördermaßnahmen zur Entwicklung mobiler Inhalte für das Handy-Fernsehen anzubieten.

Animationsfilm

Der Animationsfilm hat sich in den letzten Jahren – auch und insbesondere am Standort Hamburg – zu einem besonders wachstumsstarken Segment der AV-Medienwirtschaft entwickelt.

Die Hamburger Trickcompany Filmproduktion (TFC) gehört in der deutschen Animationsszene zu den Marktführern und hat in den letzten Jahren neben weiteren großen Animationsfilmproduzenten der Stadt wie dem Animationsstudio Ludewig (ASL), Toons ´n´ Tales, Spans & Partner und der Animationsfabrik den Programmoutput stark erhöht. Dabei sind die Animationen nicht auf abendfüllende Filme beschränkt, auch Games, Internet und Werbung bedienen sich ihrer. Durch Aufbrechen der herkömmlichen Verwertungsketten ergeben sich zunehmend Crossmedia-Effekte, Stoffe entstehen zunächst als Computerspiel und werden dann als Kinoproduktion vermarktet oder umgekehrt. Mit Blick auf internatio-



Szene aus dem von der Filmförderung Hamburg geförderten Film "Der kleine Eisbär II"

nale Filmproduktionen sieht die Branche in der Kombination von Real-film und Animation einen weiteren potentiell umsatzkräftigen Bereich. Oft sind rund 200 Personen an einer Produktion in einem stark arbeitsteiligen und technisch sehr hochwertigen Herstellungsprozess beteiligt, der besonders abhängig ist von der kreativen Leistungsfähigkeit des verfügbaren Personals. Dem Bedarf an qualifizierten Fachkräften steht in Hamburg ein großer Pool an Kreativen gegenüber, der durch die Absolventen insbesondere der Hamburg Animation School ständig erweitert wird.



Deren Abschlussarbeiten waren bereits mehrfach Gewinner des seit 2003 in Hamburg verliehenen internationalen Nachwuchspreises Hamburg Animation Award.

Neben der Unterstützung durch die Film-Förderung Hamburg und die Initiative hamburg@work hat die Behörde für Wirtschaft und Arbeit ein neues Förderprogramm für die Branche aufgelegt, um weitere interessante Vorhaben für den Standort gewinnen zu können.

Ausbildung und Qualifizierung

Eine hoch qualifizierte, motivierte Mitarbeiterschaft ist eine der Grundlagen unternehmerischen Erfolges und damit für die Wettbewerbsfähigkeit des Standortes Hamburg sehr wichtig. Die Medien- und IT-Branche zeichnet sich durch besondere Ansprüche an fachliche Qualifikation, Eigenverantwortung und Kreativität der Beschäftigten aus. Kurze Innovationszyklen, kontinuierlicher Wandel der Arbeitswelt machen ein dauerhaftes arbeitsbegleitendes Lernen erforderlich. Bedarfsgerechte Aus- und Weiterbildungsangebote sind daher von herausgehobener Bedeutung.

Hamburg verfügt mit seinen staatlichen und vermehrt auch privaten Hochschulen über ein hervorragendes und differenziertes Aus- und Weiterbildungsangebot für die betroffenen Berufsfelder.

Auf dem Kunst- und Mediacampus Finkenau sind viele Angebote im Bereich Medien auf engem Raum gebündelt. Gut miteinander vernetzt findet man dort die 2003 gegründete Hamburg Media School GmbH, Angebote der Universität Hamburg, der Hochschule für bildende Künste und der Hochschule für Angewandte Wissenschaften, das Multimediakontor Hamburg (MMKH) und die Miami Ad School. Die institutionalisierten Verbindungen zwischen den einzelnen Bereichen ermöglichen den Studierenden des Kunst- und Mediacampus Finkenau, die Medienproduktion und -gestaltung von den technischen über die gestalterischen bis zu den inhaltlichen Anteilen in allen Facetten an einem Ort zu erlernen und zu erproben; dies sogar mit einem eigenen TV- und Radiosender, dem Bürger- und Ausbildungskanal TIDE.



Das Lehrangebot der Hamburg Media School umfasst neben dem Filmstudium in Kooperation mit der Universität Hamburg die Masterstudien-

gänge „MBA in Media Management“, „Executive MBA in Media Management“ und „Master of Arts in Journalism“.

Als nichtakademische Fachschule mit einer erklärten klaren Ausrichtung auf die journalistische Praxis konnte die von Gruner + Jahr und ZEIT getragene Henri-Nannen-Schule/Hamburger Journalistenschule seit Aufnahme ihrer Lehrtätigkeit im Jahr 1979 ein hohes Renommee erlangen.

Die überbetriebliche Aus- und Weiterbildung zu journalistischen Themen ist Schwerpunktaufgabe der Akademie für Publizistik.

Zahlreiche spezielle Angebote wie die Texterschmiede Hamburg oder die Animation-School-Hamburg machen es möglich – zum Teil ohne enge formale Zugangsvoraussetzungen – am Medien- und IT-Standort Hamburg berufliche Vorstellungen zu verwirklichen.



Die Nennungen können hier nur beispielhaft erfolgen. Einen guten Überblick über die äußerst umfangreichen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten insbesondere auch im privaten Sektor bietet der von der BWA finanziell unterstützte Service Digitale Arbeit (SDA). Unter www.it-medien-hamburg.de und auch mit seinem jährlich erscheinenden Handbuch „Medien- und IT-Berufe“ informiert der SDA ausführlich und aktuell über alle Aus- und Weiterbildungsangebote – von der Erstausbildung bis zum Masterstudiengang. Der SDA berät Schüler, Aus- und Weiterbildungssuchende, Personalverantwortliche in den Unternehmen etc. und ist darüber hinaus aktiv an der Durchführung von Hamburger Pilotprojekten zur Umsetzung der neuen bundes einheitlichen IT-Weiterbildungsordnung beteiligt.

Auch auf die umfangreichen Aktivitäten der Handelskammer Hamburg im Bereich Aus- und Weiterbildung sei an dieser Stelle hingewiesen.

Bündelung von Kompetenzen/Länderzusammenarbeit im Bereich der Rundfunk- und Medienpolitik

Durch eine Medien- und IT-Politik „aus einer Hand“ sollen mögliche Synergieeffekte zur weiteren Stärkung des Medienstandorts ausgeschöpft werden. Hierfür wurden die im Senat für Medien und IT zuständigen Bereiche organisatorisch weiter zusammengeführt. Nach der Integration der Filmförderungszuständigkeit sind im Amt Medien, Tourismus, Marketing in der BWA seit Anfang 2006 auch die Bereiche Rundfunk- und Preserecht, Recht der neuen Medien sowie die Zuständigkeit für die Internetplattform der Stadt www.hamburg.de angesiedelt.

Ein wichtiger Schritt zur Intensivierung der medienpolitischen Maßnahmen war auch die Einrichtung der Position eines Hamburger Medienkoordinators zu Beginn des vergangenen Jahres, die in Person des ehemaligen Vorsitzenden der Geschäftsführung der dpa Deutsche Presse-Agentur GmbH, Dr. Walter Richtberg, mit einem ausgewiesenen Fachmann besetzt werden konnte. Der Medienkoordinator übernimmt eine Funktion als Bindeglied zwischen Wirtschaft und Politik/Verwaltung. Er arbeitet eng mit dem Amt Medien, Tourismus, Marketing in der BWA zusammen.

Im Bereich der Rundfunk- und Medienpolitik besteht eine besonders intensive Zusammenarbeit zwischen den Ländern. Die Rundfunkkommission der Länder ist das ständige Gesprächsforum für die gemeinsame Rundfunk- und Medienpolitik der Länder. Sie dient zugleich als Vermittlungs- und Beschlussinstanz zur Herstellung einheitlicher Regelungen im Rundfunkrecht. Neuerungen im Bereich der Rundfunkgesetzgebung werden von den Ländern nach Beschlussfassung der Rundfunkkommission in Staatsverträgen vereinbart, die anschließend von den Landesparlamenten ratifiziert werden müssen. Beispiele sind die Rundfunkstaatsverträge oder der Jugendmedienschutzstaatsvertrag.

Beispielhaft für die medienpolitische Zusammenarbeit der Länder ist auch die Festlegung der Höhe der Rundfunkgebühr: Mit Beginn des Jahres werden auch für neuartige Empfangsgeräte (Internetfähige PCs, Handys, UMTS-Geräte etc.) Rundfunkgebühren erhoben. Der hierzu von den Ministerpräsidenten erzielte Gebührenkompromiss geht auf eine Initiative Hamburgs zurück und vermeidet mit der Zweitgerätefreiheit und der Beschränkung auf die Grundgebühr unnötige Belastungen von Bürgern und Betrieben. In diesem Zusammenhang haben die Regierungschefs der Rundfunkkommission weiter den Auftrag erteilt, ein neues Finanzierungsmodell für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk zu erarbeiten, das anders als bisher nicht mehr auf das Vorhandensein empfangsbereiter Rundfunkgeräte abstellt. Dies ist angesichts der Konvergenz im Medienbereich auch aus hamburgischer Sicht dringend geboten.

Im norddeutschen Raum besteht eine enge Länderkooperation im Medienbereich. Für den Bereich des Norddeutschen Rundfunks ist hier etwa der NDR-Staatsvertrag zwischen Hamburg, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern zu nennen. Mit dem Medienstaatsvertrag HSH wird daneben die enge Zusammenarbeit mit Schleswig-Holstein im Medienbereich weiter intensiviert. Durch Bündelung von Ressourcen und Aktivierung von Synergieeffekten wird die Wettbewerbsposition des Medienstandortes Norddeutschland verbessert. Dazu wurden zum 1. März 2007 die Landesmedienanstalten Hamburgs und Schleswig-Holsteins zusammengelegt. Für den privaten Rundfunk in den beiden Ländern steht damit ein einheitlicher Ansprechpartner zur Verfügung. Zudem ist die Zusammenlegung der Filmförderungen in Hamburg und Schleswig-Holstein sowie eine verstärkte Zusammenarbeit bei der Medienausbildung, im Bereich der Bürgermedien sowie auf dem Gebiet der neuen Medien geplant. Die Zusammenführung des Medienrechts in Hamburg und Schleswig-Holstein wird den Unternehmen in Norddeutschland einen einheitlichen Rechtsrahmen zur Seite stellen. Die Neuregelungen tragen deutlich zur Stärkung der medienwirtschaftlichen Positionierung beider Länder auf norddeutscher und bundesdeutscher Ebene bei. Darüber hin-

aus lässt der Staatsvertrag Raum für eine perspektivische Erweiterung der norddeutschen Zusammenarbeit durch den Beitritt weiterer Länder.

Ein weiteres Beispiel der Länderzusammenarbeit ist die Abstimmung von Frequenznutzungs- und Verteilungskonzepten im Rundfunkbereich. Hamburg ist wie die übrigen Länder zuständig für die Zuordnung landesweiter Rundfunkfrequenzen an den öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunk. Für bestimmte Rundfunkübertragungssysteme sind hingegen bundesweite, flächendeckende Netzstrukturen erforderlich – so etwa für die wirtschaftliche Markteinführung von Handy-TV. Eine optimale Nutzung des in der Bundesrepublik Deutschland verfügbaren Frequenzspektrums ist daher nur im Wege eines unter den Ländern abgestimmten Frequenznutzungs- und Verteilungskonzeptes möglich. Dazu wurde im Dezember 2006 in Hamburg ein Runder Tisch veranstaltet, bei dem über die Schaffung eines bundesweiten DVB-H-Netzes für Handy-TV und ein mögliches Geschäftsmodell für das mobile Fernsehen verhandelt wurde.

Service & Support, Ansprechpartner und Adressen

In Hamburg werden umfangreiche Service- und Unterstützungsmöglichkeiten für Unternehmen angeboten.

Mit dem Wirtschaftszentrum Hamburg gibt es in Hamburg-Barmbek eine zentrale Anlaufstelle für die Wirtschaft, wo sich unter der gemeinsamen Anschrift Habichtstraße 41, 22305 Hamburg allein neun Einrichtungen mit vielfältigen Angeboten versammeln. Weiterführende Informationen hierzu im Internet unter www.wirtschaftszentrum-hamburg.de.

Zentrale Anlauf-, Beratungs- und Servicestelle für Unternehmen, Organisationen, Journalisten etc., die sich für den Medien- und IT-Standort Hamburg interessieren, ist hier das Info-Office der Initiative „Hamburg@work“. Angesiedelt bei der HWF Hamburgische Gesellschaft für Wirtschaftsförderung bietet das Info-Office ein umfangreiches Leistungsportfolio an. Die Initiative Hamburg@work ist die Hamburger Initiative für Medien, IT und Telekommunikation. Sie wird getragen von der Freien und Hansestadt Hamburg und über 300 Hamburger Unternehmen. Die Initiative ist seit 1997 als Public-Private-Partnership aktiv, um Hamburg als Standort der Informations- und Kommunikationstechnologien zu fördern und neue Themen und Entwicklungen anzustoßen. Ziel der Initiative ist es, Hamburgs exponierte Position als Medienmetropole auszubauen und die Unternehmen dieser Branchen zu unterstützen. Hamburg@work ist dabei erster Ansprechpartner zu allen Fragen der digitalen Wirtschaft für Unternehmen, Institutionen und die Öffentlichkeit in Hamburg.

Das größte Branchennetzwerk seiner Art bietet ein breites Leistungsportfolio in den vier Bereichen Information, Service & Support, Networking & Events und Arbeitskreise. Hamburg@work schafft beste Voraus-

setzungen für den gegenseitigen Austausch, die Kontaktpflege und die Initiierung unternehmerischer Projekte. Auf Messen, Kongressen und in Arbeitskreisforen werden aktuelle Trendthemen der digitalen Wirtschaft diskutiert und Brancheninformationen zielgruppengerecht aufbereitet. Darüber hinaus unterstützt Hamburg@work Kooperationen und Projekte zwischen verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung – auch weit über die Grenzen Hamburgs hinaus.

Zu den etablierten Veranstaltungshighlights gehören unter anderem die Hamburger IT-Strategietage, verschiedene CXO-Events für die Entscheider der digitalen Wirtschaft sowie das jährlich stattfindende Treffen der onlineKapitäne.

Zu den Mitgliedern von Hamburg@work zählen Medienhäuser wie Axel Springer, FinancialTimes Deutschland und Gruner + Jahr, IT-Firmen wie Adobe, Intel und Microsoft Business Solutions sowie Telekommunikationsdienstleister wie die Deutsche Telekom und HanseNet. Die Mitgliedsunternehmen von Hamburg@work spiegeln die Vielfältigkeit der Hansestadt als führenden Standort für Medien, IT und Telekommunikation in Europa wider. Weitere Informationen zur Initiative im Internet unter www.hamburg-media.net.

Wichtige Kontaktdaten – auch die der branchenspezifischen Netzwerke und Interessenvertretungen – werden nachfolgend aufgelistet:

Behörde für Wirtschaft und Arbeit
Amt Medien, Tourismus, Marketing
Alter Steinweg 4
20459 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 4 28 41-0
Fax: +49 (0)40 4 28 41-16 20
E-Mail: poststelle@bwa.hamburg.de
Internet: www.bwa.hamburg.de

**HWF Hamburgische Gesellschaft
für Wirtschaftsförderung mbH**

Habichtstraße 41
22305 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 22 70 19-0
Fax: +49 (0)40 22 70 19-29
E-Mail: info@hwf-hamburg.de
Internet: www.hwf-hamburg.de

Hamburg@work

Hamburg@work | Info-Office
Stefan Klein
Habichtstraße 41
22305 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 80 00 46 3-41
Fax: +49 (0)40 80 00 46 3-50
E-Mail: info.office@hamburg-media.net
www.hamburg-media.net

Hamburg@work
Freie und Hansestadt Hamburg
Behörde für Wirtschaft und Arbeit
Abt. IT, Telekommunikation und Neue Medien
Jens Unrau
Alter Steinweg 4
20459 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 4 28 41-13 52
Fax: +49 (0)40 4 28 41-30 28
E-Mail: jens.unrau@bwa.hamburg.de

Hamburg@work e.V.
Uwe Jens Neumann
Vorstandsbüro
Habichtstraße 41
22305 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 80 00 46 3-45
Fax: +49 (0)40 80 00 46 3-43
E-Mail: foerderkreis@hamburg-media.net
www.hamburg-media.net

Handelskammer Hamburg

Service-Center
Tel.: +49 (0)40 36 138-138
E-Mail: service@hk24.de
Internet: www.hk24.de

Hamburg Marketing GmbH (HMG)

Steinstraße 7
20095 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 3 00 51-6 11
Fax: +49 (0)40 3 00 51-6 15
E-Mail: info@marketing.hamburg.de
Internet: www.marketing.hamburg.de

Service Digitale Arbeit

KWB – Koordinierungsstelle Weiterbildung und Beschäftigung e.V.
Kapstadtring 10
22297 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 63 78 55-85
Fax: +49 (0)40 63 78 55-88
E-Mail: sda@kwbb.de
Internet: www.it-medien-hamburg.de

Film

Filmförderung Hamburg GmbH

Friedensallee 14-16
22765 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 3 98 37-0
Fax: +49 (0)40 3 98 37-10
E-Mail: filmfoerderung@ffhh.de
oder location@ffhh.de
Internet: www.ffhh.de, www.lbhh.de

MEDIA Desk Deutschland

Ansprechpartnerin: Cornelia Hammelmann
Friedensallee 14-16
22765 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 3 90 65 85
E-Mail: info@mediadesk.de
Internet: www.mediadesk.de

Musik

Interessengemeinschaft Hamburger Musikwirtschaft e.V. (IHM)

Geschäftsstelle
Neuer Pferdemarkt 23
20359 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 890 06 002
Fax: +49 (0)40 43 28 39 39
E-Mail: info@musikwirtschaft.org
Internet: www.musikwirtschaft.org

VUT-Nord (Regionalverband des VUT – Verband unabhängiger
Tonträgerunternehmen, Musikverlage und Musikproduzenten e.V.)

Postanschrift:
VUT-Nord
Postfach 76 32 66
22071 Hamburg
Internet: www.vut-nord.de

Geschäftsstelle:
Frank Nietmann
Tel.: +49 (0)4824 30 00 14
E-Mail: office@vut-nord.de

Sprecher:
Frank Misiak
Tel.: +49 (0)40 659 913 93
E-Mail: misiak@vut-nord.de

RockCity Hamburg e. V.
Musikhaus Karostar
Neuer Kamp 32 / 2. OG
20357 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 319 60 60
Fax: +49 (0)40 319 60 69
E-Mail: music@rockcity.de
Internet: www.rockcity.de

Clubkombinat Hamburg e. V.
Musikhaus Karostar
Neuer Kamp 32 / 2. OG
20357 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 319 60 60
Fax: +49 (0)40 319 60 69
E-Mail: kontakt@clubkombinat.de
Internet: www.clubkombinat.de

Design

hamburgunddesign°
Dr. Babette Peters
Große Elbstraße 68
22767 Hamburg
Tel.: +49 (0)40 306 21-245
Fax: +49 (0)40 306 21-246
E-Mail: babette.peters@t-online.de
Internet: www.hamburgunddesign.de

Bildnachweis

Seite 8: Gruner + Jahr AG
Seite 10: Herzog & de Meuron, Basel
Seite 12: Meike Hansen, Archimage
Seite 13: Christian Brodac
Seite 15: Karin Gerdes
Seite 16: Bitfilm Networks GmbH
Seite 17: NDR, Dirk Uhlenbrock
Seite 18: More GmbH & Co. KG für
Radio Hamburg
Seite 21: Stilwerk Center Manage-
ment GmbH
Seite 23: Hamburg@work
Seite 26: Hamburg@work
Seite 28: LGV Hamburg und Cyber-
City AG Schweiz
Seite 32: Firma Rothkirch/Cartoon-
Film/Warner Bros. Entertainment
GmbH/ MaBo Investitions GmbH
Seite 33: Hamburg Media School

Impressum

V.i.S.d.P.:
Arne von Maydell, Pressesprecher
Behörde für Wirtschaft und Arbeit
Alter Steinweg 4
20459 Hamburg

Konzeption/Inhalt:
Ramona Feudel
Arne von Maydell

Kontakt:
www.bwa.hamburg.de
Pressestelle@bwa.hamburg.de
Tel. 040 / 42841 - 2049
E-Fax: 040 / 427941 - 484

Presseanfragen:
Arne von Maydell
Telefon: 040 / 42841 - 3015

Gestaltung:
eigenart grafik und idee
www.eigenart.biz

Druck:
Media-Print Witt GmbH

Druckauflage:
3.500

Stand:
März 2007



Hamburg

www.bwa.hamburg.de

Behörde für Wirtschaft und Arbeit
Alter Steinweg 4
20459 Hamburg