

Ausschreibung eines Forschungsprojektes

„Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern – Entwicklung, Stand und Perspektiven“

Die Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern (LRZ) vergibt ein Forschungsprojekt zum Thema „Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern – Entwicklung, Stand und Perspektiven“. Dazu sollen im Wesentlichen zunächst die vorhandenen Strukturen, Ansätze und Rahmenbedingungen der Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern recherchiert, analysiert und bewertet werden. Die Auftraggeber erwarten darüber hinaus allerdings auch das Aufzeigen von Handlungsperspektiven und –empfehlungen sowohl für die Medienanstalt des Landes sowie die politischen Akteure für eine mögliche Profilierung und Stärkung des Medienstandortes – gegebenenfalls auch im Vergleich zu anderen Bundesländern.

Die Laufzeit des Projektes sollte nach Möglichkeit 4 bis längstens 6 Monate dauern (wesentliche Abweichungen müssten inhaltlich begründet sein). Detaillierte Ausschreibungshinweise finden Sie im Anhang.

Angebote sind bis 31. März 2006 an die Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern, Bleicherufer 1 in 19053 Schwerin zu richten. Aufgefordert sind grundsätzlich alle Institutionen, die vergleichbare Studien bereits bearbeitet haben und entweder einen besonderen Bezug zu und Kenntnisse über die politisch-ökonomischen Strukturen des Landes Mecklenburg-Vorpommern oder zum Thema Medienwirtschaft und deren Entwicklung verfügen. Es ist geplant, die Entscheidung über diese Ausschreibung in Gesprächen mit den Bewerbern möglichst noch in der ersten April-Hälfte gegebenenfalls nach deren Schwerpunkten zu konkretisieren und zu treffen, so dass der formale Arbeitsbeginn am Projekt unmittelbar danach, auf jeden Fall aber spätestens zum 1.5.2006 stattfinden kann. Es wäre darüber hinaus wünschenswert, wenn eine öffentliche Präsentation von Ergebnissen möglichst im September d.J. stattfinden könnte.

Weitere Hinweise:

1. Ausgangslage

Medien haben sich seit der Einführung des dualen Rundfunksystems Mitte der Achtziger Jahre und seit der Verbreitung des Internets Anfang der Neunziger zu einem bedeutenden und zukunftssträchtigen Wirtschaftsfaktor entwickelt. Trotz gewisser Einbrüche zu Beginn des neuen Jahrhunderts weist die Branche immer noch überdurchschnittliche Wachstumsraten aus und gilt an der Schwelle einer neuen technologischen Revolution durch die Digitalisierung nicht nur vor neuen, ungeahnten Impulsen, sondern zunehmend als eine Schlüsselbranche für Wirtschaftswachstum und technologischen Fortschritt insgesamt.

Insbesondere letzteres gilt gerade und auch vor dem Hintergrund der Tatsache, dass sich die klassische Medienwirtschaft auf wenige Standorte in Deutschland konzentriert – obwohl Rundfunk- und Medienpolitik ebenso wie die Filmförderung in der föderalen Struktur der Bundesrepublik eine originäre Aufgabe jedes Landes ist: So verteilen sich rund 80 % der Rundfunkwirtschaft auf nur sieben der 16 Bundesländer und über 50 % aller Arbeitsplätze allein im Rundfunk befinden sich in den vier Großräumen Berlin, Hamburg, Köln und München.

Ein bevölkerungsschwaches und in der öffentlichen Wahrnehmung eher agrarwirtschaftlich und touristisch konotiertes Flächenland wie Mecklenburg-Vorpommern, das weder über entwickelte Ballungsräume noch über den Sitz von großen Medienunternehmen verfügt und zudem unmittelbar zwischen zwei der bedeutendsten Medienstandorten der Republik (Berlin und Hamburg) liegt, wird ohne Zweifel nicht einmal daran denken können, sich auch nur zu einem Medienstandort zweiter Ordnung, wie etwa dem Raum Halle/Leipzig, entwickeln zu können. Viele Akteure im Lande, die sich dieser Ausgangslage bewusst sind, sprechen denn auch meist noch nicht einmal von einem „Medienstandort Mecklenburg-Vorpommern“, um keine falschen Erwartungen zu wecken.

Dennoch sind Medien und Medienunternehmen in unserem Bundesland ein Faktum, welche bei näherer Betrachtung eine zumindest im Vergleich zu anderen Randstandorten gelegentlich unerwartet hohe Zahlen von Beschäftigten aufweisen, vor allem aber einen nicht unerheblichen Einfluss auf die öffentliche Meinung ausüben und grundsätzlich auch in Mecklenburg-Vorpommern eine gesellschaftliche Schlüsselposition einnehmen – etwa, weil praktisch alle Bürger des Landes sich der Medien bedienen und dies zunehmend nicht nur aus Informations- und Unterhaltungsgründen, sondern auch als Schlüsselqualifikation für ihre berufliche Existenz, so dass die Entwicklung von Medienkompetenz in einem umfassenden Sinne allein schon Anlass für eine auch landesbezogene Medienpolitik sein könnte.

2. Anlass für ein Standortgutachten

Um die Medienpolitik des Landes den Gegebenheiten adäquat weiter zu entwickeln und damit gleichzeitig zumindest den vorhandenen medienwirtschaftlichen Ansätzen zukunftsfähige Rahmenbedingungen zu gewährleisten, bedarf es zunächst eines grundlegenden detaillierten Datenbestandes, um den gegenwärtigen Entwicklungsstand zu beschreiben. Einen solchen gibt es nicht nur aufgrund der entsprechenden Fluktuation in dieser Branche nicht. Vielmehr wurden in der Vergangenheit lediglich einige wenige Daten aus diesem Wirtschaftssektor erhoben und bewertet, die, etwa im Jahre 2000/2001, exklusiv die Filmwirtschaft betrachtet haben oder im Jahr 1999 die Kulturwirtschaft als Ganzes, ohne auch nur ansatzweise näher auf die Medienwirtschaft einzugehen. Insofern handelt es sich bei der gewünschten Erhebung weitgehend um eine erstmalige Bestandsaufnahme, auch wenn die LRZ beispielsweise im Jahre 2004 erste Rahmendaten der im Lande existierenden lokalen Fernsehveranstalter erhoben hat und regelmäßig – zuletzt für das Jahr 2004 – die Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten Daten zur Beschäftigung und wirtschaftlichen Lage des Rundfunks in Deutschland sammeln und bewerten lässt, die grundsätzlich auch das Land Mecklenburg-Vorpommern in diesem Sektor berücksichtigen.

Da also auf ein umfassendes Datenmaterial zurückgegriffen werden kann, fehlt bisher naturgemäß auch eine Stärken-/Schwächenanalyse. Aussagen darüber wie der Standort Mecklenburg-Vorpommern positioniert ist oder in welche Richtung er entwickelt werden könnte, entsprangen bisher eher subjektiven Wahrnehmungen einzelner Akteure. Das führte etwa in der Frage wie und ob eine wirtschaftliche Filmförderung entwickelt werden kann und soll zu einer Lähmung der Entscheidung und damit auch zu einer Schwächung der kulturellen Förderung in diesem Bereich bzw. zu einer Zersplitterung der Akteure.

Die relative Fülle von regionalen Medienwirtschaftsanalysen in den vergangenen Jahren (zuletzt insbesondere zu Thüringen oder dem Saarland) könnte im Vergleich betrachtet darüber hinaus möglicherweise Hinweise darauf geben, ob gegebenenfalls gezielt auch Nischen der Branche entwickelt oder sinnvoller Weise eine Netzwerkstruktur gesucht werden sollte - und wenn ja, sollte diese eher inhaltlich oder räumlich definiert sein?

3. Erkenntnisinteresse

Neben der Beschreibung der vorhandenen Strukturen und Rahmenbedingungen der Medienwirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern, sollte die Studie also auch Ansätze für Handlungsperspektiven aufzeigen. Dabei sollte u.a. auch erkennbar werden, wo mögliche eigene landesspezifische Handlungsfelder liegen könnten bzw. wo nicht oder wo eher eine eventuell auch verstärkte Anbindung an räumliche oder strukturell verwandte bzw. die Nutzung von Synergien bietende Partner gesucht werden sollte. Dazu gehören sicherlich auch eine Betrachtung der Entwicklungsdynamik der Branche allgemein sowie eine Einbeziehung der

spezifischen Entwicklungen in Berlin und Hamburg, den beiden nah gelegenen Hauptzentren der deutschen Medienwirtschaft.

Eine exakte Abgrenzung der relevanten Medienunternehmen kann im Rahmen der Studie mit dem Auftraggeber noch abgestimmt werden. Grundsätzlich geht die LRZ von einem umfassenden Begriff der Medienwirtschaft aus, so dass neben audio-visuellen Medien sicherlich auch der Printbereich berücksichtigt werden muss. Aufgrund der Konvergenz der Medien im Zeitalter der fortschreitenden Digitalisierung gehören heute aber wohl auch elektronische Textmedien, bis hin zur Werbung, Agenturen und Informationsdienste zur Medienbranche hinzu.

4. Konzeptionelle und methodische Vorgaben

Der Auftraggeber hat aufgrund des Pilotcharakters dieser Studie zunächst nicht die Absicht selbst allzu detaillierte methodische Vorgaben zu machen. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass neben dem vorhandenen statistischen Material auch noch zu erhebende empirische Erkenntnisse gewonnen werden müssten. Darüber hinaus erwartet der Auftraggeber jedoch eine begründete Darstellung des Ansatzes der Bewerber, um seine Entscheidungsfindung sowohl qualitativ wie materiell begründen zu können.

5. Durchführung

Das Projekt sollte wie erwähnt in etwa zwischen Mai und September 2006 durchgeführt werden. Unmittelbar nach Ausschreibungsende (31. März 2006) wird deshalb in Gesprächen mit den Bewerbern eine Entscheidung über die Ausschreibung herbeigeführt, dabei kann wegen der Interdisziplinarität des Vorhabens einerseits und der spezifisch regionalen Aufgabenstellung andererseits gegebenenfalls auch die Kooperation zweier Bewerber erwünscht sein, wenn es die Methodik des Vorgehens grundsätzlich erlaubt. Diesbezügliche Aussagen in der Bewerbung sind deshalb erwünscht.

Für das Projekt steht ein Haushaltsansatz zwischen 30.000 und 40.000 Euro zur Verfügung.

Richten Sie bitte Ihr Angebot unter Darstellung der Leistung, des Entgelts, eines Zeitplanes und möglicher Referenzbezüge bis zum 31. März 2006 mit der Aufschrift „Forschungsprojekt Medienwirtschaft Mecklenburg-Vorpommern“ schriftlich an die:

Landesrundfunkzentrale Mecklenburg-Vorpommern
Bleicherufer 1
19053 Schwerin

Für eventuelle Rückfragen steht Ihnen telefonisch oder per e-mail (u.hornauer@lrz-mv.de) auch der Direktor der LRZ, Herr Dr. Uwe Hornauer (0385-5588112) zur Verfügung.