



# 1 Arbeitsmarktkonferenz für Medien und Kultur

in Köln am 16. Oktober 2007

**Dokumentation**

**Inhalt**

<b>Eröffnung</b>	<b>4</b>
<b>Auftaktdiskussion - Zur Lage der Arbeit in der Kreativwirtschaft</b>	<b>8</b>
<b>Forum 1 - Personalentwicklung im Zeichen des demographischen Wandels</b>	<b>14</b>
<b>Forum 2 - Von der Freiheit der Existenzen</b>	<b>20</b>
<b>Abschluss - Strukturen entwickeln, den Standort ausbauen</b>	<b>26</b>
<b>Impressum</b>	<b>32</b>





## Eröffnung

- Begrüßung durch **Fritz Schramma**, Oberbürgermeister der Stadt Köln
- Eröffnung mit **Dr. Hans-Georg Bögner**, Geschäftsführer der SK Stiftung Kultur
- „Mit Hartz und einem Euro zum Oskar – oder wie?“  
Impulsreferat von **Dr. Michael Neubauer**, Geschäftsführer Bundesverband Kamera bvk

# Eröffnung

## Vernetzte Kultur- und Medienwirtschaft

Die aktuelle Arbeitsmarktsituation in der Medien- und Kulturwirtschaft wird von Expertinnen und Experten aus der Medien- und Kulturbranche diskutiert, um Handlungsstrategien zur künftigen Entwicklung des Arbeitsmarktes und zum Ausbau des Standortes Köln zu entwerfen.

Mit dieser Zielsetzung findet am **16. Oktober 2007 im Kölner Mediapark die 1. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur** statt. Die Konferenz wird von der **Medienstabsstelle der Stadt Köln, der SK Stiftung Kultur, der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und der Agentur für Arbeit Köln** veranstaltet. Das anwesende Publikum, zahlreiche Vertreter der Fachwelt aus dem Medien- und Kulturbereich, unterstreicht durch rege Beteiligung das große Interesse an der Konferenz.

### Impulsreferate zur Eröffnung

Mit einer Begrüßungsrede von **Fritz Schramma**, Oberbürgermeister der Stadt Köln, wird die Veranstaltung eingeleitet. **Dr. Hans-Georg Bögner**, Geschäftsführer der SK Stiftung Kultur und Gastgeber der Konferenz, eröffnet die Fachdebatte mit grundsätzlichen Bemerkungen zum Arbeitsmarkt der Kultur- und Medienbranche. Den Einstieg in die Auftakt-Diskussion lieferte der Vortrag von **Dr. Michael Neubauer**, der in seiner Funktion als Geschäftsführer des Bundesverbandes Kamera (bvK) das Podium betritt. Das Referat mit dem Titel „Mit Hartz und einem Euro zum Oscar – oder

wie?“ problematisiert die Arbeitsbedingungen der Filmbranche und setzt den entscheidenden, provokativen Impuls zu der folgenden Auftaktdiskussion, zu der neben Referent **Dr. Michael Neubauer** weitere vier Experten geladen sind. Das Panel wird von **Henning Quanz** (WDR) souverän und erfrischend moderiert. In den Vorträgen und der anschließenden Auftaktdiskussion kristallisieren sich am Konferenzvormittag folgende Kernthemen als relevant heraus: Arbeitssituation der Medien- und Kulturschaffenden, Aus- und Weiterbildung für Kultur- und Medienberufe, Standortentwicklung und Clusterstrategie.

Der Kölner Oberbürgermeister **Fritz Schramma** thematisiert in seiner Begrüßungsrede zunächst die Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Berufsfeld Medien und Kultur. Köln biete hier eine Vielfalt von Möglichkeiten der beruflichen Qualifizierung an: „Heute bilden Kölner Unternehmen in rund 20 medien-spezifischen und medien-nahen Berufen aus“. Zudem kann Köln „auf eine vielfältige Landschaft mit über 40 Weiterbildungsträgern verweisen“, so **Schramma**. Die Stadt habe die Bedeutung der Kulturwirtschaft erkannt und würde sich auch in Zukunft für Aus- und Weiterbildung sowie für Existenzgründungen in dieser Branche einsetzen.

Anschließend betont **Fritz Schramma** die wirtschaftliche Bedeutung der Medienbranche in Köln. So stelle das Arbeitsfeld Medien mit über 50.000 Beschäftigten in der Kölner Region einen zentralen Wirtschaftsfaktor dar, weshalb er den Diskurs

um die passenden Rahmenbedingungen für die Wachstumsbranche Kreativwirtschaft und den spezifischen Ausbau des Standortes begrüße. Der Oberbürgermeister der Stadt Köln macht deutlich, dass er die vom Land NRW konzipierte Clusterstrategie zur Vernetzung von Kultur- und Medienwirtschaft ausdrücklich unterstütze. Am Ende seiner Eröffnungsrede verspricht **Fritz Schramma**, dass er sich auch künftig persönlich für weitere strukturelle Verbesserungen des Kreativstandortes Köln einsetzen werde, um die „Erfolgsgeschichte der Medienstadt“ fortzusetzen.

Der Gastgeber **Dr. Hans-Georg Bögner**, Geschäftsführer der SK Stiftung Kultur und der sk stiftung jugend und medien, betritt anschließend das Rednerpult. In seiner Eröffnungsrede stellt er die These auf, dass „unter arbeitsmarktpolitischen Gesichtspunkten eine klare Trennung von Kulturwirtschaft und Medienwirtschaft nicht möglich“ sei. Der Referent begründet dies – kulturgeschichtlich hergeleitet – mit der Tatsache, dass viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer heutzutage im permanenten Wechsel sowohl in der Medien- als auch in der Kulturbranche arbeiten. Veranschaulicht wird das am Beispiel eines Bühnenbildners, der oftmals alternierend in der Kulturbranche (Theater) und der Medienbranche (TV-Produktion) tätig ist. Der Gastgeber setzt sich für die Aufhebung einer künstlichen Trennung der beiden Branchen ein, und favorisiert eine den realen Gegebenheiten besser entsprechende Gesamtschau des Feldes. Ziel dieser Gesamtschau sei dabei die zielgerichtete und wirksame Entwicklung arbeitsmarktpolitischer Instrumente.

**Dr. Hans-Georg Bögner** weist anschließend auf die Notwendigkeit einer präzisen statistischen Erfassung des Berufsfeldes „Kultur und Medien“ hin: Insbesondere im Bereich der Freiberufler gebe es hier eindeutigen Handlungsbedarf.

Am Ende seines Vortrages geht der Referent auf das bereits von Oberbürgermeister Schramma angesprochene Thema „Clusterstrategie“ ein: Hiermit sei eine bewusste Vernetzung und Bündelung von Kultur und Medien gemeint, um Kooperationsfelder und -potentiale zu identifizieren und zu nutzen. Die 1. Arbeitsmarktkonferenz Kultur und Medien sollte einen Beitrag leisten, dieser Herausforderung zu begegnen und Handlungsoptionen zu entwickeln. Lösungsvorschläge zur Weiterentwicklung des Clusters „Kultur und Medien“ zu entwickeln, ist nach Ansicht des Gastgebers das zentrale Tagungsziel. Die nachhaltige Stärkung des Standortes Köln müsse bei den folgenden Diskussionen selbstverständlich berücksichtigt werden.

**Dr. Michael Neubauer**, Geschäftsführer des Bundesverbandes Kamera, macht schon mit der Wahl des Titels seines provokativen Impulsreferates „Mit Hartz und einem Euro zum Oscar – oder wie?“ deutlich, dass er die Arbeitsbedingungen und die Wirksamkeit sozialer Sicherungssysteme für Filmschaffende kritisch beleuchten möchte.

Die von **Neubauer** häufig verwendete Wortschöpfung „unbezahlte Schwarzarbeit“, die in der Filmbranche weit verbreitet sei, illustriert nicht nur das Phänomen der Selbstausbeutung seitens der Filmschaffenden, sondern auch die Nachteile, die daraus für die Gemeinschaft erwachsen würden. So macht er deutlich, dass „unbezahlte Schwarzarbeit“ nicht lediglich eine Form der Steuerhinterziehung, sondern auch der Sozialversicherungsverkürzung und der Schädigung der Berufsgenossenschaften darstelle.

Als ungerechten Missstand kennzeichnet er die Tatsache, dass Filmschaffende mit ihren berufsbedingt unregelmäßigen Einkünften dennoch zu Einzahlungen in die Arbeitslosenversicherung verpflichtet seien, aber von Auszahlungen aufgrund der für den Filmbetrieb zu starren Regelungen selten profitieren können. Mit der Regelung zum Erhalt von ALG I und ALG II züchte sich die Gesellschaft „ein audiovisuelles Proletariat mit besten Aussichten auf brutalstmögliche Altersarmut“. Daher fordert **Neubauer** eine Nachbesserung der bestehenden Gesetze.

Einen wichtigen Lösungsansatz könnte die „systematische Verschärfung der Kontrollen in der Filmwirtschaft seitens der Behörden, Institutionen und Gremien“ darstellen, da anderenfalls die „Aushebelung unserer Sozialstandards“ nicht zu verhindern sei. Auch das Thema Ausbildung in der Produktionslandschaft Film müsse genauer betrachtet werden. Die Schließung der Kameraausbildung an der FH Dortmund und die Schaffung des neuen Studienschwerpunkts „Digitalisierung“ bedauert und kritisiert **Dr. Michael Neubauer** ausdrücklich. Damit würde unsinnigerweise statt der wichtigeren gestalterischen Seite der Ausbildung künftig die technische Dimension der Filmproduktion akzentuiert. Studiengänge, die Digitalisierung statt die Herausbildung künstlerischen Ausdrucks durch technische Mittel in den Mittelpunkt stellen, fehle meist die Orientierung an realen beruflichen Anforderungen. **Dr. Neubauer** skizziert in seiner Rede zahlreiche Missstände, die seiner Ansicht nach geändert werden müssen. Hier zeigt das Publikum durch ausgiebigen Applaus seine Zustimmung.

*Daniel Hencel, Pascal Sticklies*





## Auftakt - Diskussion Zur Lage der Arbeit in der Kreativwirtschaft

Bilanz - Analyse - Perspektiven

- **Klaus Gerrit Friese**, Vorsitzender des Bundesverbandes Deutscher Galerien und Editionen e.V. (BVDG) und Geschäftsführer der Stuttgarter Galerie manus presse
- **Karl-Heinz Pütz**, der Geschäftsführer von RANDOM HOUSE AUDIO, dem Hörbuchlabel der Bertelsmann Verlagsgruppe
- **Bernhard Speck**, Mitglied des Vorstandes des Bundesverbandes Produktion e.V. (BVP) und Produktionscontroller in der Filmwirtschaft
- **Bernd Wagner**, Leiter des Instituts für Kulturpolitik (IfK) der Kulturpolitischen Gesellschaft e.V.
- **Dr. Michael Neubauer**, Geschäftsführer des Bundesverbandes Kamera bvK

*Moderation: Henning Quanz, WDR*

# Auftakt - Podiumsdiskussion

## zur Arbeitssituation der Medien- und Kulturschaffenden

### Bilanz - Analyse - Perspektiven

Diese erste Runde verläuft zum Teil kontrovers und sehr lebhaft. Kontroverse Diskussionen sind für den Zuhörer hochinteressant, erlauben sie doch einen rasanten Perspektivwechsel und eine facettenreiche Betrachtung des Diskussionsgegenstandes. Doch trotz teilweise gegensätzlicher Anschauungen gelingt es schließlich, klare Perspektiven für die Zukunft des Arbeitsmarktes zu entwickeln. Es wird deutlich, dass bestimmte Themen zu einer sofortigen Übereinstimmung der Teilnehmer führen. So ist z.B. die Forderung nach einer Professionalisierung der Aus- und Weiterbildung für Kultur- und Medienberufe konsensfähig. Der Aspekt der „unbezahlten Schwarzarbeit“ wird unter kritischen Blicken des Publikums lebhaft diskutiert.

In Reaktion auf das Referat von **Dr. Neubauer** sieht **Bernhard Speck** in der Debatte um die „unbezahlte Schwarzarbeit“ die Filmbranche im Vergleich zu anderen Branchen als zu sehr in den Fokus der öffentlichen Aufmerksamkeit gerückt. **Speck** führt die schwierige finanzielle Situation der Filmschaffenden auf den von Sendeanstalten ausgeübten Budget-Druck gemäß der Devise „just in time – just

in budget“ zurück. Die Knappheit finanzieller Mittel äußere sich in der Bezahlung der Filmschaffenden. Eine zu starke Reglementierung der Gehälter im Filmbereich steht **Speck** skeptisch gegenüber, vielmehr sollen Filmschaffende diese Verhältnisse in ihre persönliche Lebensplanung einbeziehen.

**Karl-Heinz Pütz** bezieht in die Diskussion um schlechte Bezahlung bei gleichzeitig weit überdurchschnittlicher Arbeitszeit die Attraktivität der Filmbranche als positiven Faktor mit ein: Das Filmgewerbe sei „eine verdammt schicke Branche“, in der eine gewisse „Leidenschaft“ zur Berufsausübung schließlich vonnöten sei. **Dr. Neubauer** interpretierte Leidenschaft in diesem Zusammenhang eher als „Schlüssel zur Ausbeutung“ der Arbeitnehmer.

**Klaus Gerrit Friese** weist darauf hin, dass eine differenzierte Betrachtung notwendig sei: auch wenn der Kunstmarkt „blendend“ dastehe, hätten sogar in der „Boom-Town“ Berlin 60 % der Galerien einen Jahresumsatz unter 100.000 Euro. Hier müsse die Politik genau hinsehen. Auch Künstler müssten sich heute mit diesen Fragen auseinandersetzen und könnten sich keine „Spitzweg-artige Idylle“

mehr leisten. Vielen Absolvent/innen der Kunstakademien gelinge es nicht, auf dem Kunstmarkt zu reüssieren. Ein Lösungsansatz: Gerade junge Galeristen versuchten inzwischen Netzwerke mit anderen Galerien, Kuratoren von Museen etc. aufzubauen, um sich im Markt behaupten zu können. Gleichzeitig sei der Blick auf Rahmenbedingungen notwendig.

Für die Verlagsbranche nennt **Pütz** die „Filialisierung“ als eine der großen Veränderungen. Partner der Verlage sei dann nicht mehr die kleine Buchhandlung sondern eine Buchhandels-Kette mit vielen bundesweiten Filialen. Der Verkauf würde von Zentraleinkäufern übernommen, die den hohen Absatz von wenigen Titeln anstrebten. Pro Titel in jeder Filiale „nur“ zehn Bücher zu verkaufen, sei für sie uninteressant. **Pütz** weist darauf hin, dass alle Branche Zyklen durchliefen.

**Bernd Wagner** nennt drei Sektoren, die in der Kultur eine große Rolle spielen: die staatlich/kommunal getragenen Institutionen, die Einrichtungen in freier bzw. gemeinnütziger Trägerschaft und marktorientierte Unternehmen. Zunächst habe sich die Kulturpolitik im wesentlichen um den öffentlichen Sektor gekümmert, ab den 70er Jahren des ver-

gangenen Jahrhunderts seien freie Einrichtungen hinzugekommen. Seit zehn bis fünfzehn Jahren sei nun eine Öffnung der Kulturpolitik hin zur Kulturwirtschaft zu beobachten. **Wagner** betont, dass junge Einsteiger wissen müssten, worauf sie sich einließen.

### Aus- und Weiterbildung in der Kreativbranche

**Galerist Klaus Gerrit Friese** schildert den Berufsalltag und regt die Möglichkeit zur akademischen Ausbildung von Galeristen an, die derzeit noch gänzlich fehle. Ein Masterstudiengang, in dem neben der Kunst als Ausgangspunkt auch solides betriebswirtschaftliches Denken gelehrt würde, erscheint ihm als notwendige Bedingung für eine erfolgreiche berufliche Zukunft im Berufsfeld Galerist. Als Vertreter der Kulturpolitischen Gesellschaft positionierte sich **Bernd Wagner** in seinem Plädoyer näher am Humboldt'schen Ideal einer freien Bildung als am marktorientierten Ausbilden von Studierenden. Es sei die individuelle Aufgabe jedes Einzelnen, die steuerfinanzierte Ausbildung für sich nutzbar zu machen. Die Notwendigkeit einer Schreibschule sieht er angesichts hervor-



gender Werke in 500 Jahren Literaturgeschichte ohne eine solche Institution ebenso wenig, wie ähnliche Ausbildungswege, die kritisch zu betrachten seien.

**Dr. Neubauer** beurteilt die Vielzahl der Ausbildungswege, die durch das föderalistische Bildungssystem entstanden sind, als weitestgehend positiv. Auch wenn in einer freien Gesellschaft Scheitern als Lebensentwurf erlaubt sei, so müsse doch die Zahl der Absolventen in Relation zur Aufnahmefähigkeit des Gesamtmarktes stehen. Aber auch für **Neubauer** beginnt Professionalisierung bereits mit einem überzeugenden Ausbildungsangebot. Am Beispiel der Berufsausbildung zum Mediengestalter/in Bild und Ton respektive Kameraassistent/in macht er fest, wo für ihn die Priorität der Berufsausbildung liegt: Er hält eine Qualifizierung für sinnvoll, die sich gezielt an den realen Anforderungen der Berufspraxis orientiert. Eine Ausbildung zum Kameraassistenten, wie sie das Kölner Filmhaus anböte, stelle für ihn eine bessere Alternative zu den zahlreichen, zeitlich länger angelegten Ausbildungswegen mit wenig Praxisbezug dar.

Für die Investitionsbereitschaft bei Ausbildung

und Professionalisierung macht sich **Bernhard Speck**, als Vertreter des Bundesverbandes Produktion, stark. Für entscheidend hält er die Ausbildung kommunikativer Fähigkeiten und interkultureller Kompetenzen, da Kinoproduktion größerer Dimension heutzutage „minimal paneuropäisch“ stattfinde.

Verleger **Pütz** hält es für notwendig, mediale Ausbildung auf gesamtgesellschaftlicher Ebene, besonders aber an institutionellen Basisstellen wie z.B. der Schule, zu realisieren. Diesem Gedanken liegt seine zentrale Forderung zugrunde, dass es gelingen muss, unsere Gesellschaft fähiger für den Umgang mit Kultur und Medien zu machen. Hier sieht er die Möglichkeit, Geisteswissenschaftler und Kulturschaffende in die gesellschaftliche Aufgabe verantwortungsvoller Vermittlung von Kultur- und Medienkompetenz einzubinden.

Einig sind sich die Podiumsgäste darin, dass für Berufseinsteiger – neben einer fundierten fachlichen Qualifizierung – die praxisbezogene Auseinandersetzung mit den spezifischen Arbeitsbedingungen der Branche notwendig sei. Man müsse „wandlungsfähig sein“, so **Speck**, viele hätten inzwischen sogar ein „zweites Standbein“.

### Standortentwicklung und Clusterstrategie

Moderator **Quanz** schließt die Auftaktdiskussion mit der Frage ab, was die Stadt Köln nach Ansicht der Branchenexperten tun könne, damit es den Kultur- und Medienschaffenden gut gehe?

Zur Frage nach den Rahmenbedingungen um dem Standort Köln für Kreative aus Medien und Kultur auch in der Zukunft attraktiv zu gestalten, äußern sich **Klaus Gerrit Friese** und **Bernd Wagner** ähnlich. So bewerteten beide positiv, dass die Kreativbranche im Land NRW derzeit nicht nur unter kulturpolitischen Aspekten betrachtet, sondern mittlerweile auch als Wirtschaftsbranche mit Wachstumspotential und Förderungsanspruch wahrgenommen werde. **Friese** setzt sich hier für die Förderung branchenübergreifender Konzepte ein, um dem Sog, den Berlin als (Kultur-) Hauptstadt ausübe, Innovatives entgegenzusetzen. **Wagner** befürwortet insbesondere eine Zusammenarbeit von Kultur- und Wirtschaftspolitik und von Politik und Kreativökonomie. Man müsse gezielt gemeinsam daran arbeiten „anregungsreiche Milieus zu schaffen“. Kulturpolitik und Wirtschaftspolitik müssten für eine „integrative Stadtpolitik“ en-

ger zusammen rücken. Vorbild könne das Modell der „kreativen Stadt“ sein.

**Dr. Neubauer** sieht die Funktion der Stadt darin, kommunikative Möglichkeiten zu schaffen, zudem sei die Förderung von einer professionellen Aus- und Weiterbildung notwendig.

Einig sind sich die Diskussionsteilnehmer darin, dass im Mittelpunkt der Kreativwirtschaft stets der Mensch stehe, der wichtigste Erfolgsfaktor für eine positive Entwicklung dieses sensiblen Wirtschaftszweiges. Ein gut ausgebildeter Mensch, der seine Kenntnisse mit der Berufspraxis in intellektuellen Transferleistungen verknüpft und der sich in Netzwerken mit anderen Marktteilnehmern zusammenschließt, ist gewappnet für ein Bestehen in einer wandlungsfähigen Branche. Moderator **Quanz** gibt dem Publikum den Ratschlag der langjährigen Theaterleiterin **Alexandra Kassen** mit auf den Weg in die Mittagspause. Nach ihrem Erfolgsrezept für junge Berufseinsteiger gefragt, habe sie geantwortet: „Ein langer, langer, langer Atem!“

*Daniel Hencel, Pascal Sticklies*





**Forum 1**  
**Personalentwicklung im Zeichen des demographischen Wandels**

Rekrutierung - Bildung - Verantwortung

- **Dr. Ingo Dammer**, Geschäftsführer der conpara GmbH
- **Werner Kleinfeld**, Bereichsleiter der Künstlervermittlung der ZAV bei der Bundesagentur für Arbeit
- **Gerd Leo Kuck**, Generalintendant der Wuppertaler Bühnen und Vorsitzender der NRW- Intendantenkonferenz
- **Jörg Zajonc** als Geschäftsführer von RTL West
- **Jörg Keunecke-Lotte**, Projektmanager bei connexx.av.

**Moderation: Ulrike Timmler**, Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur [kapete]

# Forum 1

## Personalentwicklung im Zeichen des demographischen Wandels.

### Rekrutierung - Bildung - Verantwortung

Die Podiumsdiskussion hat das erklärte Ziel, die Entwicklung des Arbeitsmarktes unter dem Blickwinkel des demographischen Wandels zu beleuchten. Im Einladungs-Faltblatt wurde vorausgeschickt, dass die Branche Medien und Kultur sich bisher nicht über Nachwuchsmangel beklagen konnte, doch die Konkurrenz aus Industrie bietet dem Nachwuchs in der Zwischenzeit viel bessere Arbeitsbedingungen und Zukunftsaussichten. Die eingeladenen Diskussionsgäste aus namhaften Kultur- und Medienbetrieben sollen die Frage beantworten, wo praxismgerechte Modelle der Personalentwicklung erprobt werden, und wie man derzeit der wachsenden Konkurrenz um die besten kreativen Köpfe begegnet - um sie im eigenen Wirtschaftszweig, und vor allen Dingen im eigenen Unternehmen zu halten. Auf dem Panel diskutieren **Dr. Ingo Dammer**, Geschäftsführer der conpara GmbH, **Werner Kleinfeld**, Bereichsleiter der Künstlervermittlung der ZAV bei der Bundesagentur für Arbeit, **Gerd Leo Kuck**, Generalintendant der Wuppertaler Bühnen und Vorsitzender der NRW- Intendantenkonferenz, **Jörg Zajonc** als Geschäftsführer von RTL West und **Jörg Keuncke-Lotte**, Projektmanager bei connexx.av. Mo-

deratin ist **Ulrike Timmler**, Geschäftsführerin der Kommunikationsagentur [kapete].

In der Diskussion zeigt sich schnell, dass nicht umfassende Konzepte der Personalentwicklung zentrale Themen für die Medienbranche sind, sondern einzelne praktische Aspekte wie Kündigungsschutz, mangelnde Flexibilität von Beschäftigungsverhältnissen und fehlende Eignung von Bewerber/innen. Außerdem wird die Debatte um die Hartz-Reform, die **Dr. Neubauer** bei der Auftaktveranstaltung der Konferenz angestoßen hatte, wieder aufgegriffen.

Über eine zu geringe Anzahl von Bewerbern wird sich auf längere Zeit hin niemand Gedanken machen müssen. Das gilt für alle Bereiche der Kulturwirtschaft. Zwar erhält **Jörg Zajonc**, Geschäftsführer von RTL West, nicht mehr, wie vor fünf Jahren, 400 Bewerbungen auf eine Stellenausschreibung, aber bei einer derzeitigen Auswahlmöglichkeit zwischen 100 Bewerbern auf einen zu besetzenden Platz, liegt es fern, sich über fehlende Qualitäten Sorgen machen zu müssen. Gerade in Köln sei der Markt für Filmschaffende nach wie vor sehr gut.

Auch **Gerd Leo Kuck**, Generalintendant der Wuppertaler Bühnen, verfügt über ein großes Angebot an Bewerbern, er kann sich jeden Mitarbeiter „aus einer Schar von Hochschulabgängern“ aussuchen.

Der demographische Wandel macht sich im Theater in erster Linie beim Publikum bemerkbar, das sich durch die Migrationsprozesse in den kommenden Jahren stark verändern und andere (Kultur)Ansprüche entwickeln wird. Außerdem beobachtet Kuck, dass die städtische Bevölkerung in seiner Region seit Jahren zahlenmäßig abnimmt. Dadurch werden Schrumpfungprozesse auf dem deutschen Theatersektor zu erwarten sein.

Kuck prognostizierte, dass sich die Theater zukünftig stärker an projektbezogene Produktionsstrukturen annähern werden, wie sie schon in der Fernseh- und Filmbranche üblich sind.

**Gerd Leo Kuck** schildert, dass es große Unterschiede in den Beschäftigungsformen gebe. Beispielhafte Schwierigkeiten zeigt er auf in der Organisation der Beschäftigungsverhältnisse im Theater. Es wird als Ungerechtigkeit empfunden, dass die auf der Bühne arbeitenden Schauspieler schlechtere Arbeitsbedingungen haben, als die hinter der Bühne arbeitenden Techniker. Die Schauspieler arbeiten als Freiberufler, Techniker aber im öffentlichen Dienst, letztere sind zumeist besser bezahlt, haben geregelte Arbeitszeiten und eine bessere Absicherung. Bei Kürzungen wird des weiteren immer bei den Freiberuflern angefangen.

Das alles führt zu einem steten Drängen der Schauspieler an die wenigen gut zahlenden Bühnen. Laut Kuck werden sich die Arbeitsformen zu mehreren Teilzeitbeschäftigungen hin ändern.

**Werner Kleinfeld**, Bereichsleiter der Künstlervermittlung der Bundesagentur für Arbeit, kann sich ebenfalls über die Anzahl zu vermittelnder Künstler nicht beschweren, doch die Vermittlung geht heutzutage meist über kurzfristige Engagements nicht mehr hinaus, die Künstler sind schnell wieder in seiner Kartei zur Vermittlung frei. Die Profis sehen sich seit den Hartz-Reformen mit noch geringeren staatlichen Grundsicherungen konfrontiert – das dämpft die allgemeine Tendenz zur Freiberuflichkeit. Dennoch bleibt das grundsätzliche Interesse bei jungen Leuten bestehen. Medien und Kunst sind weiterhin attraktive Arbeitsfelder. Qualität setzt sich nach wie vor durch und kann vermittelt werden, so **Kleinfeld**. Für ihn ist Kreativität individuell. Für die Vermittlung müsse geprüft werden, wer die erforderlichen Kompetenzen besitze.

Bei dem großen Angebot an kreativen Menschen auf dem Arbeitsmarkt rückt der Themenbereich der beruflichen Weiterbildung, der Bildung an sich, weitgehend in den Hintergrund. Statt dessen wird die Verantwortung für die persönliche Entwicklung bei dem einzelnen in der Kultur- und Medienbranche tätigen Menschen gesehen. In der Diskussionsrunde fallen immer wieder Sätze wie: „Du bist Deines Glückes Schmied!“, „Kreativität ist nicht planbar!“, „Kreativität duldet kein Mittelmaß!“, „Erwarte nichts vom Leben – Erwarte was von Dir!“

Die Experten diskutieren die Frage, welche Kompetenzen der Nachwuchs mitbringen müsse. Nicht nur auf die berufliche Qualifikation, sondern auch



auf die Motivation der Bewerber kommt es an. **Jörg Zajonc** stört in erster Linie die entstandene „Kuschelgesellschaft, in der man den Leuten nicht mehr die Wahrheit sagen darf - und somit falsche Vorstellungen entstehen.“ Viele Arbeitnehmer würden nur auf ihren Ansprüchen und Rechten beharren, anstatt sich betriebsfördernd einzubringen, sich anzupassen und auch Überstunden zu akzeptieren. In der Medienbranche gehöre das dazu. Man müsse darüber offen reden, um die wirklich motivierten und fähigen Mitarbeiter und Bewerber identifizieren zu können.

Für Bewerber ist, so **Zajonc**, ein gewisses Engagement, Eigenverantwortung und gesunder Realitätssinn von Nöten.

Diese Ausführungen stoßen beim Publikum auf Kritik. So meint Medienberater **Gerd Saretzki**, die Branche würde zwar über die Bewerber jammern, sich aber gleichzeitig so präsentieren, dass der Realitätsverlust vorprogrammiert sei. Dies könne man nicht den Bewerbern vorhalten.

**Jörg Zajonc** beklagt außerdem die zu große gesetzliche Regelungsdichte bei Fragen von Einstellung und Kündigung. Probleme mit dem Kündigungsschutz, Scheinselbstständigkeit und Gleichbehandlungsgesetze werden von verschiedenen Podiumsgliedern durch einzelne Fallbeispiele dargestellt.

Auf der Seite der Beschäftigten bzw. Freischaffenden im Fernseh- und Filmbereich steht **Jörg Keunecke-Lotte** von connex.av, ver.di. Er kommentiert, dass ohne Gewerkschaften und gesetzliche Mindestregelungen zu wenig Mitarbeiterrechte beständen und niemand mehr wage, sich kritisch zu äußern. Dadurch sei die Gefahr groß, dass über-

lange Arbeitszeiten und unbezahlte Stunden zur Regel würden. In der Filmbranche nähme dieses bereits bedenkliche Ausmaße an. Die Stimmung vieler die Branche verlassen zu wollen sei deutlich wahrzunehmen. Er befürchtet, wenn dieser Prozess weitergeht und die Branche nicht für die wirtschaftlichen und rechtlichen Belange ihrer Mitarbeiter eintritt, sei die Qualität im Film- und Fernsehbereich nicht mehr zu halten.

Der Unternehmensberater **Dr. Ingo Dammer**, Geschäftsführer der conpara GmbH, sieht als maßgebliches Problem im Personalbereich die Veränderung der Märkte. Darüber werde zu selten gesprochen. Der Kündigungsschutz selbst sei weniger das große Problem. „Die Menschen glauben heute, sie hätten lebenslanges Recht auf Arbeiten“, so **Dammer**. Aber allein auf Arbeit könne in der Zukunft kein Lebensmodell mehr aufgebaut werden. Die in der Diskussion oft genannte Motivationslosigkeit muss, nach **Dammers** Ansicht, auf beiden Seiten angepackt werden. Medienbetriebe müssten sich fragen, wie sie ihr stark beanspruchtes Personal „entschädigen“ könnten. Bei der Frage, wie mehr Lebensqualität ermöglicht werden könne, habe die Medienbranche Nachholbedarf. Laut **Dammer** sind mehr Teamarbeit und neue Arbeitszeitmodelle notwendig, er sieht insbesondere in Kooperationsmodellen zwischen den Kulturbetrieben eine große Chance. Im Kultur und Medienbereich sei nämlich festzustellen dass hier gerne „eigen-gebrödel“ werde.

Die folgende Diskussion vermittelt den Eindruck, dass Unternehmen in der Kreativwirtschaft durchaus Vorteile darin sehen, viele freie Mitarbeiter

einzusetzen. Man hofft, dass diese Form der Beschäftigung Elemente fördert wie selbstständige, vorausschauendes Denken, einen „fremden“ Blick auf eingefahrene Strukturen und maximale Motivation. Festanstellungen sind in den letzten Jahren eher abgebaut worden. Das freiberufliche Beschäftigungsverhältnis ist aber nicht die ideale Lösung für alle: **Jörg Keunecke-Lotte** verzeichnet seitens der Arbeitssuchenden eher einen starken Wunsch auf Festanstellung.

Es wird weiterhin hinterfragt, ob die Kulturwirtschaft ein Antriebsmotor für die Wirtschaft sei. Nur wenn es der Wirtschaft und der Gesellschaft gut gehe, werde in Kultur investiert. Darum ist die Kulturwirtschaft kein Antriebsmotor für die Wirtschaft, meint **Jörg Keunecke-Lotte**, sondern als „Maßstab des wirtschaftlichen Geschehens“ zu betrachten. **Dammer** hält die Medien- und Kulturwirtschaft insofern für eine „Schlüsselbranche“, weil wirtschaftlich produktive Menschen lieber in anregungsreichen Milieus leben würden. Insofern sei die Medien- und Kulturwirtschaft kein Motor, aber sehr wohl „Motoröl“.

Moderatorin **Ulrike Timmler** bezieht das Fachpublikum in das Gespräch mit ein. **Michael Söndermann**, Büro für Kulturwirtschaftsforschung, äußert sich zum Titel und Inhalt der Konferenz. Man sollte sich mehr darauf konzentrieren, dass in der heutigen Zeit – und auch schon seit einigen Jahren – gerade im Kulturbetrieb „Tätigkeiten“ kombiniert werden müssten und es weniger um eine einzige feste Arbeit geht. Daher wäre es besser, im Titel der Konferenz von einem Beschäftigungs-

oder Tätigkeitsmarkt und nicht von einem Arbeitsmarkt zu sprechen.

**Andrea Stein**, SteinWeber GbR merkt an, dass das Problem der Scheinselbstständigkeit schon lange bestünde und nur heute mehr unter die Lupe genommen würde. **Andrea Stein** erneuerte die Kritik an der Verkürzung der Rahmenfrist, die dazu führe dass für viele der Anspruch auf das Arbeitslosengeld 1 verloren ginge. Sie betont, dass aus ihrer Sicht die Medienbranche qualifizierte junge Leute verlöre, da andere Branchen besser aufgestellt seien. Man habe versäumt in der Diskussion um die Hartz-Gesetze auf die Folgen für die Kulturwirtschaft hinzuweisen.

Die Moderatorin der Diskussionsrunde, **Ulrike Timmler** von der Kommunikationsagentur [kapete], schloss mit dem Fazit, dass noch eine Menge Diskussionsbedarf zwischen Arbeitgebern und Arbeitnehmern besteht. Die Medienbranche beschäftige sich noch zu wenig mit einer systematischen Personalentwicklung, da das Angebot an Bewerbern bisher offenkundig groß genug sei. Es müssten aber gemeinsam Lösungsansätze diskutiert werden, die über Einzelfragen wie Kündigungsschutz oder mangelnde Flexibilität hinausgingen. Die Moderatorin schloss sich der Forderung von **Dr. Ingo Dammer** nach mehr Kooperation an, und zitierte abschließend die These von **Gerd Leo Kuck**, der Wandel des Arbeitsmarktes und der Beschäftigungsformen sei programmiert.

*Felix Schlarmann, Ralf Witthaus*





## Forum 2 Von der Freiheit der Existenzen

Berufseinstieg - Laufbahnplanung - Beratung & Förderung

- **Monika Czesla** von der Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung (GIB)
- **Patricia Scherer**, Journalistin und Vorstandsmitglied von fairwork e.V.
- **Barbara Skora**, Leiterin der Abteilung Arbeitsmarktförderung im Amt für Wirtschaftsförderung der Stadt Köln
- **Verena Voigt**, Gründerin der Agentur PR + KulturKommunikation

**Moderation: Olaf Wittrock**, Journalistenbüro wortwerk

## Forum 2

### Von der Freiheit der Existenzen

#### Berufseinstieg - Laufbahnplanung - Beratung & Förderung

Mit Blick auf den gesamten Mediapark, das „Leuchtturmprojekt“ der Kölner Kulturwirtschaft, diskutierten im Forum 2 der Arbeitsmarktkonferenz „Medien und Kultur“, die am 16. Oktober 2007 in Köln stattfand, Expertinnen zum Thema „Von der Freiheit der Existenzen“. Moderiert wurde das Panel, das den Untertitel „Berufseinstieg - Laufbahnplanung - Beratung & Förderung“ trug, von **Olaf Wittrock**.

Zum Auftakt der Diskussion stellt **Barbara Skora** ihre Arbeit im AV-Gründerzentrum NRW (GZ) vor. Als Beratungs- und Anlaufstelle für junge Medienprofis und Erfolg versprechende Unternehmensgründer/innen arbeitet dieses in enger Kooperation mit der Medienbranche und versteht sich als Türöffner sowie Wegbereiter für die Zukunft. Das GZ unterstützt die Professionalisierung von Existenzgründer/innen und jungen Unternehmen durch Beratung und Coaching, vergibt Stipendien und hilft Branchenkontakte herzustellen und Netzwerke aufzubauen. Weiterhin organisiert es den Wissenstransfer zwischen den Institutionen der Medienwirtschaft, Hochschulen, etablierten Unternehmen und Existenzgründer/innen bzw. jun-

gen Unternehmen. Seit Mai 2006 wurden im AV-Gründungszentrum bereits 20 Unternehmen bei ihrer Professionalisierung gefördert, beraten und gecoacht, wobei der Aspekt der Solidarität und Unterstützung zwischen den Unternehmen in der Arbeit des GZ besonders hervorgehoben wird.

Auch die Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung (GIB), im Forum durch **Monika Czesla** vertreten, hat sich das Ziel gesetzt, Existenzgründer mit kreativen Ideen zu fördern. Als landesweite Beratungsstelle folgt sie dem Leitsatz des Landes NRW: „Stärken stärken“. Hierbei versteht sie sich als organisatorischer Dienstleister und Umsetzer, der mit Akteuren vor Ort verschiedene Angebote für einzelne Zielgruppen entwickelt.

In eigens durchgeführten Wettbewerben werden die besten Ideen prämiert und finanziell gefördert. Create.NRW ist solch ein Wettbewerb, durch den hochkreatives Potenzial aus der Kultur- und Kreativwirtschaft unterstützt werden soll. Zu den Förderschwerpunkten gehören regionale Schlüsselprojekte aufbauend auf regionalen Entwicklungsprogrammen. Außerdem im Fokus: die Stär-

kung regionaler und überregionaler Netzwerke und Branchenverbände (auch künstlerische/kreative Initiativen), Verbreitung der unternehmerischen Basis durch entsprechende Qualifizierungsmaßnahmen und die Verbesserung der Präsenz auf Auslandsmärkten. Darüber hinaus können in einen offenen Wettbewerb weitere Themen eingebracht werden.

**Verena Voigt**, selbst Preisträgerin eines solchen Wettbewerbs und seit sieben Jahren als PR- und Kulturkommunikationsexpertin selbständig, zeigt sich begeistert von diesen Programmen. Durch die Gründung einer eigenen Agentur weiß sie um die Bedeutung und Notwendigkeit von Beratungseinrichtungen. Ihr Credo lautet „Beratung hilft immer“ und so fordert sie die Zuschauer auf, von den Beratungsangeboten zu Existenzgründungen Gebrauch zu machen. Gerade NRW sei ein sehr engagiertes Land, in dem es viele Gründungsförderungsinitiativen gebe.

**Barbara Skora** hebt in diesem Zusammenhang hervor, dass eine gute Gründung immer eine vorbereitende Gründung sei. Hierzu solle man sich

auch zu folgenden Fragen Gedanken machen: „Bin ich überhaupt ein Unternehmertyp? Arbeite ich lieber in Hierarchien oder kann ich mich selbst motivieren? Was sind meine Ziele, wo liegen meine Stärken und Alleinstellungsmerkmale? Wer sind meine Mitbewerber? Welche finanziellen Mittel stehen mir zur Verfügung?“ „Die persönlichen Voraussetzungen müssen stimmen!“ **Skora** rät, sich schon während des Studiums diese Fragen zu stellen und prangert gleichzeitig das Fehlen einer solchen unternehmerischen Wissensvermittlung in der Hochschulausbildung an. Das Gründerzentrum will hier eine Lücke schließen.

Nicht zuletzt aufgrund mangelnder Vorbereitung in der Ausbildung befinden sich laut **Patricia Scherer**, Vorstandsmitglied von fairwork e.V., viele Hochschulabsolventen in der Realität drei bis vier Jahre nach ihrem Studiumsabschluss in prekären Arbeitsmarktverhältnissen. Vor allem in der Medienbranche pendeln Hochschulabsolventen oft lange zwischen Arbeitslosigkeit, kurzer Selbständigkeit und Praktika. Mit der Aussicht auf eine Festanstellung geködert, ersetzen Praktikanten eine volle Stelle, allerdings meist ohne finanzielle Ver-



gütung. Sie stellen damit eine potenzielle Bedrohung für alle freien Mitarbeiter dar. Die Kultur- und Medienbranche besitze eine große Anziehungskraft, „sie ist sexy“, gesteht **Verena Voigt**. Zustimmung erklärt **Patricia Scherer**, gerade weil es viele in diese Branche ziehe, sei die Ausbeutung von Praktikanten möglich, denn dort gebe es keine Solidarität. Wer sich wehre, verlöre seinen Job und werde durch einen anderen ersetzt. Eine Selbständigkeit böte sich als Ausweg an, geschehe aber oft auch aus der Not heraus. Kulturschaffende müssten schnell und kreativ sein, aber gleichzeitig um ihre Existenz bangen, erläutert sie die Situation auf dem Arbeitsmarkt. Dies sei aber ein Widerspruch zur Kreativität. Vor allem die hohe Arbeitsbelastung in der Gründungszeit, die an Selbstausschöpfung grenze, sei zu bedenken. „Was bleibt einem bei einer 60 Stunden Woche da noch vom Leben?“ fragt **Voigt**, die sich mittlerweile durch gute Organisation Freiräume geschafft hat. So zeigt sie auch vor allem die Vorteile einer Selbständigkeit auf. Flexibilität, viele Freiheiten und eigene Zeiteinteilung seien da zu nennen und vor allem sei man mit seinem Produkt „klar erkennbar“. Dass – bei aller Freiheit – Ziele gesetzt und erfüllt werden müssen, sei selbstverständlich.

Um als Selbständiger erfolgreich zu sein, ist jedoch nicht nur eine vorbereitende Existenzgründung, sondern auch die professionelle Begleitung derselben in den ersten drei bis fünf Jahren entscheidend. Der unternehmerische Alltag sehe in der Realität oft ganz anders aus als in der Theorie, so **Cziesla**. Deshalb sei es wichtig, immer wieder die aktuelle Geschäftslage zu analysieren. Die GIB

bietet hierzu begleitende Beratungen zur betriebswirtschaftlichen Optimierung und Vermittlung von branchenspezifischem Wissen.

Dass das Publikum sich dennoch nicht direkt von diesen Beratungsangeboten angesprochen fühlt, zeigt die Reaktion von **Margit Hähner**, Mitglied im Landesvorstand NRW des Verbands deutscher Schriftsteller (VS). Sie fragt, wo die Künstler selbst in der Diskussion um die Kreativwirtschaft vorkommen. „Wenn ich zu Ihnen kommen und sagen würde: Ich möchte meine Existenz auf eine sichere Basis stellen, da würde Ihnen doch gar nichts einfallen!“ Auch **Birgit Jansen** erzählt vom Konflikt, in dem sie sich als Künstlerin befinde. Sie muss durch kommerzielle Kunst ihre Finanzlage absichern, um sich dann Freiraum für ihre eigentliche Kunst zu schaffen.

Ob das wirklich eine dramatische Situation oder nicht vielmehr ein Privileg des Künstlers sei, stellt Moderator **Olaf Wittrock** zur Diskussion oder – so fügt er provokant hinzu: „kann man auch sagen: Wer sich dieses Privileg gönnt, muss auch sehen, wie er seine Brötchen verdient“. Muss sich ein Künstler deshalb zwangsläufig betriebswirtschaftliche Kenntnisse aneignen? Im Publikum wird durch diese Frage eine kontroverse Diskussion ausgelöst. Erneut wird auf das Problem der Kunsthochschulen eingegangen, die die Künstler nicht genügend auf die Realität vorbereiten, in der sie mit Verwertungsrechten, Preisverhandlungen, etc. umgehen müssen. Insbesondere wird eine Kooperation von Hochschulen, IHK und Wirtschaftsförderung gefordert. Eine beispielhafte Umsetzung

ist der Folkwang-Hochschule Essen gelungen, die eine Agentur gegründet hat, mit der sie erfolgreich ihre Absolventen vermittelt.

Auf die Frage von **Margit Hähner** räumt **Cziesla** ein, dass es im Bereich Literatur tatsächlich wenig Beratungsangebote gebe. Trotz allem sollen Künstler, also auch Schriftsteller, zur IHK und Gründerbüros gehen, auch wenn es schwierig sei, die Qualität der künstlerischen Arbeit objektiv zu erfassen. Kultur- und Wirtschaftsförderung sollen dabei Hand in Hand gehen. So fordert **Verena Voigt** beispielsweise auch ein Amt für Kulturwirtschaft, in dem der Künstler als Unternehmer und nicht als Bittsteller behandelt wird.

Der Autor **Dr. Nikolaus Gatter** hingegen gibt zu bedenken, dass Kultur nicht *neben* Kulturwirtschaft, sondern an erster Stelle stehen müsse. Da ein Künstler in den seltensten Fällen von seiner Arbeit leben könne, fordert er eine bessere Bezahlung derselben, da die künstlerische Arbeit ansonsten in der Vielzahl der notwendigen Nebentätigkeiten untergehe. „Menschen müssen bezahlt werden, sonst gibt es bald keine Kultur mehr!“ Seine Zustimmung zeigt das ansonsten eher zurückhaltende Publikum an dieser Stelle mit kräftigem Beifall.

Zum Schluss der Diskussionsrunde stellt **Olaf Wittrock** seinen Teilnehmerinnen die Frage nach der Planbarkeit der freien Existenz und wie viel man für sie in Kauf nehmen müsse.

Wegen der heterogenen Märkte und ihrer unterschiedlichen Chancen und Risiken gibt es für **Barbara Cziesla** keine pauschale Antwort auf diese Frage. Sie betont allerdings, dass Künstler, die

unternehmerisch tätig sein wollen, einen Perspektiv- und Rollenwechsel vollziehen müssen. In ihrer Ausbildung hätten sie bereits eine künstlerische Qualität entwickelt und müssten nun lernen, Businesspläne aufzustellen, sowie Waren-, Standort- und Preisentscheidungen zu treffen. Ihr Rat ist es vor allem, weit reichende Netzwerke aufzubauen. **Skora** hebt hingegen nochmals hervor, dass die Planung und gezielte Vorbereitung schon in der Ausbildungsphase beginnen sollte. **Scherer** zitiert in der Schlussrunde Zahlen der Hans-Böckler-Stiftung, nach der sich mehr als die Hälfte der Hochschulabsolventen nach 3,5 Jahren in prekären Beschäftigungsverhältnissen befinden und appelliert an die Moral der Arbeitgeber im verantwortlichen Umgang mit Praktikanten und Berufseinsteigern. Das Schlusswort kommt **Verena Voigt** zu. Sie verdeutlicht, dass eine Existenzgründung nur über eine geordnete Analyse gehe, bei der Beratungsstellen helfen. Zudem sei auch der Zeitpunkt des Markteintritts relevant. Dazu müsse man auch Glück haben und vor allem Mut, aktiv zu werden. „Und dann muss man einfach ins Wasser und irgendwie schwimmen ... oder untergehen.“

*Simin Kambakhsh Fard, Anni Saedler*





## Abschluss-Diskussion Strukturen entwickeln, den Standort ausbauen

Erfahrungen - Strategien - Initiativen

- **Ute Biernat**, Geschäftsführerin, GRUNDY Light Entertainment GmbH
- **Dr. Bettina Hesse**, Tisch 7 Verlagsgesellschaft Köln mbH
- **Dr. Norbert Walter-Borjans**, Wirtschaftsdezernent der Stadt Köln
- **Rainer Weiland**, Leiter des Referats Pressewirtschaft, Medienwirtschaft, Film- und Fernsehen, Staatskanzlei Nordrhein Westfalen
- **Peter Welters**, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Köln

**Moderation: Henning Quanz, WDR**

# Abschlussdiskussion

## Strukturen entwickeln, den Standort ausbauen

### Erfahrungen - Strategien - Initiativen

Zu Beginn der Diskussionsrunde greift Moderator **Quanz** nochmals die Themen des Vormittags-Panels auf. **Peter Welters**, der Chef der Arbeitsagentur Köln, erklärt, dass die Rahmenfrist, innerhalb der man 360 Beschäftigungstage nachweisen muss, um Arbeitslosengeld I beziehen zu können, von ursprünglich drei auf zwei Jahre verkürzt wurde. Das Problem bestehe für alle Kurzzeitbeschäftigte. In den Statistiken der Arbeitsagentur über die Beziehung von Arbeitslosengeld I und II seien die Effekte der neuen Regelung allerdings noch nicht abzulesen, da diese erst 2006 in Kraft getreten ist.

Im Anschluss nehmen die Podiumsteilnehmer als Vertreter der einzelnen Kulturwirtschaftsbranchen zum Thema „Strukturen entwickeln, den Standort ausbauen“ Stellung, und diskutieren, wie dieses in Köln umgesetzt werden kann.

Für **Dr. Bettina Hesse** ist es als Verlegerin in Köln nicht einfach, anspruchsvolle Literatur auf dem Markt zu etablieren. Es ist schwierig, einen Autor ins Boot zu bekommen und ihn erfolgreich zu machen. Dabei sei es wichtig, auch vor dem Hintergrund der Pisa-Studien, gute Literatur zu verlegen und sie auch in den Schulen zu behandeln.

**Ute Biernat** von Grundy Light äußert sich zur Fragestellung, ob es sich bei der Unterhaltungsbranche um eine Traumbranche handelt. Sie be-

richtet, dass es in Köln zunächst nur den WDR und die Deutsche Welle gab. Als sich später dann RTL ansiedelte, gab es große Erwartungen, aber der Boom blieb aus. Das große Problem in der Branche bestünde im Mangel an gut ausgebildeten Redakteuren. Bei Grundy kann man Unterhaltung erlernen und produzieren, aber es bestünden oft Berührungängste der so genannten „Hochgeistigen“. Sie plädiert für eine professionelle Ausbildung zum Redakteur, da heute noch 99% der in der Branche Beschäftigten Quereinsteiger seien. Biernat erwähnt die „Entertainment Master Class“ mit Sitz in Berlin. Diese sei EU-gefördert, für die Teilnehmer entstünden gleichwohl Kosten von 15.000,- Euro pro Jahr. Im Vergleich zu München und Berlin sei Köln de facto der größte Standort für das Unterhaltungsgenre. Dennoch gibt es in Köln keine Entertainmentschule. Man müsse in diesem Hinblick allerdings „Tempo machen“. So benötige man Qualifikationen im Bereich Mobile Content und IP-TV. Man müsse also die Leute für die Anforderungen von morgen ausbilden und nicht für das Jetzt.

Der Kölner Wirtschaftsdezernent **Dr. Walter-Borjans** begrüßt, dass eine so klare Forderung aus der Medienwirtschaft formuliert wurde. Man solle sich in der Zukunft zusammensetzen und erörtern, was machbar sei und was nicht und was die

Stadt hierbei tun könne. Die Förderung der Unterhaltungsbranche sei in jedem Fall wichtig, da sie auch auf andere Kreativjobs ausstrahle. Im Übrigen werde die Stadt dadurch auch für andere Branchen attraktiv.

Moderator **Quanz** erweitert die Diskussion auf die Perspektive des Landes NRW. Dort kursiere in jüngster Zeit der Begriff „Cluster“, was, laut Online-Lexikon Wikipedia, „Haufen“ bedeute. Er stellt die Frage, ob damit nicht eine weitere „Fördersau durchs Land getrieben“ werde.

**Rainer Weiland**, Medienexperte der Staatskanzlei gibt zu, dass die Bedeutung des Begriffs zunächst Fragen aufwerfe. Die Idee sei allerdings gut. Man dürfe nicht isoliert Produktions- oder Ausbildungsmöglichkeiten anbieten. Alles hänge mit allem zusammen. Die gesamte Wertschöpfungskette von der Idee, über die Finanzierung und Produktion, bis hin zur Vermarktung – ebenso wie die Aus- und Weiterbildungsfragen – müssten in ein Gesamtkonzept einfließen. Aktuell erarbeite die Landesregierung einen Mediencluster. Im Vergleich dazu sei ein kulturwirtschaftlicher Cluster so weit gefasst, dass er auch Autoren, Designer, Galerien usw. mit einschliesse. Die Grundidee des Cluster sei schon eine alte, **Weiland** erläutert dies anhand des Beispiels einer Goldschmiedestraße. Auch damals lautete die Grundidee bereits: Wo sind die Stärken und wie kann man sie weiter ausbauen? Die Lösung läge in der Kommunikation und Vernetzung innerhalb der Branche, begleitet von einem professionellen Kommunikations- und Clustermanagement.

Aber gerade im Hinblick auf die Kommunikation gäbe es ein Problem in der Medienbranche. Gerade im Zeitalter der Medienkonvergenz bestünde die Notwendigkeit, Probleme und Bedarfe transparent zu machen. Lösungs-Ideen müssten aus der Branche selbst kommen. Bei Problemen hin-

sichtlich Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, erwarte man Vorschläge aus der Branche. So habe eine Befragung ergeben, dass eine Weiterbildung im Konvergenzbereich notwendig ist.

Er begrüßt die Einrichtung einer Entertainmentschule. Allerdings verweist er darauf, dass es auch schon Vorläufermodelle gebe. So existierten schon Projekte der internationalen filmschule, wie etwa eine Kooperation mit RTL und Vodafone im Bereich Mobile Animation Content. Die Tatsache, dass dies nicht bekannt sei, zeige wieder, dass die Kommunikation nicht ausreiche. Man müsse den Bedarf schnell identifizieren und Lösungen umsetzen. Insgesamt müsse eine Balance aus wirtschaftsübergreifender Vernetzung und Branchennähe geschaffen werden.

Zu diesem Thema stellt **Bettina Hesse** die Situation ihres Verlages dar. Sie bezeichnet ihn als kleinen „Zierfisch“ mit zwei Personen und einigen freien Mitarbeitern. Ein Problem sei also, dass reichlich vorhandene Ideen personell nicht umgesetzt werden können. Sie fragt sich, wie die/der kleine Kulturschaffende den Zugang zu einem hermetischen, von einer anderen Stufe kommenden Organisationswesen schaffen könne. Köln sei ein Literaturstandort, aber die vielen kleinen Verlage seien auch wegen ihres hohen Literaturanspruchs nicht bekannt und fühlten sich allein gelassen.

Hierauf entgegnet **Rainer Weiland**, dass die Lösung in der Information und Kommunikation liege. Man müsse Leute kennen lernen. Dadurch bekomme man Tipps für die Vernetzung. Dazu bedürfe es eines Kommunikationsmanagements neben der Standortkommunikation. Alle hätten Vorteile, wenn die guten Standortfaktoren der Kulturwirtschaft und des Medien- und IT-Bereichs auch nach außen kommuniziert werden. NRW habe ein riesiges Potential an Kreativität, aber dieses würde nicht kommuniziert werden.

**Peter Welters** betont das Thema Qualifikation. Er



widerspricht der am Vormittag geäußerten These, dass man in der Branche mit Leidenschaft allein auskomme. Man brauche auch Kompetenz. Da aber in der Medienbranche selbst weniger ausgebildet werde, als in anderen Unternehmen seit unklar, woher die Qualität kommen solle. Eine gute Grundausbildung in Verbindung mit Berufserfahrung sei wichtig.

Laut **Welters** gab es bis 2002 in der Medienbranche einen Boom am Arbeitsmarkt. Die drauf folgende „Delle“ in den Arbeitsplatzzahlen sei seit 2007 wieder von einem Anstieg abgelöst worden. Ab 2005 gebe es in Köln im Medien- und TV-Bereich einen Rückgang der Arbeitslosen von 30% verglichen mit 15% über alle Berufe hinweg. Die Branche habe es also geschafft, die Arbeitslosigkeit durch Arbeitsaufnahme doppelt so schnell zu beenden, wie der Arbeitsmarkt insgesamt. Zwischen 2002 und 2006 wären erste Entlassungen unter den Quereinsteigern zu verzeichnen gewesen, was auf deren mangelnde Qualifikationen zurückzuführen sei.

**Ute Biernat** schildert die Weiterbildung in ihrem Unternehmen. Weiterbildungsmaßnahmen gäbe es überall dort, wo Mitarbeiter Schwächen in wesentlichen Bereichen hätten. Obwohl IT-Kenntnisse zum Standard zählen, wiesen die Mitarbeiter dort erhebliche Lücken, beispielsweise in Excel, auf. Dies sei quer durch die Belegschaft in allen Altersgruppen festzustellen. Ebenfalls wären Fremdsprachenkenntnisse wenig ausgeprägt. Dies gelte selbst für grundsätzlich vorausgesetzte Englischkenntnisse. Hier würden Sprachkurse angeboten. Allerdings würde die praktische Trainingsmöglichkeit vor und hinter der Kamera abnehmen. Eine Weiterbildung erfolge nur noch am konkreten Produkt, also der Sendung. Führungsqualitäten würden, nach **Bienats** Einschätzung, immer wichtiger. In Zukunft werde Grundy innerhalb der UFA-Gruppe noch mehr auf Comedy setzen.

Die Qualifikationsmöglichkeiten im Verlag sieht **Bettina Hesse** als schwierig an, da man zunächst nicht vom Schreiben leben könne. Förderung gibt es aber beispielsweise von der SK Stiftung Kultur. Tisch 7 versteht sich als Literaturbewahrer und ist somit einer der Paradiesvögel. Die Unterstützung einer Independentbewegung erfordere große Lobbyarbeit. Meistens kämen die Autoren nicht aus dem literarischen Bereich, sondern wären Personen, die aus dem Leben erzählen könnten. Die Schule des Lebens sei schwer durch Weiterbildung zu ersetzen. Man setze auf einen Mix aus Newcomern und bekannten Autoren.

**Dr. Walter-Borjans** veranschaulicht das Engagement für die Kulturwirtschaft am Beispiel des Curlings. Den Stein anzuschleifen sei Aufgabe der Kulturschaffenden, das Land fege anschließend die Eisbahn, um den Stein ins Ziel zu bekommen. Das Engagement des Landes sei also abhängig von den Interessen der am Markt Tätigen. Ein Problem stelle auch das geänderte Verhalten des Verbrauchers dar. So lasse er sich heute gerne in der Buchhandlung kompetent beraten, allerdings kaufe er anschließend im Internet. Jedoch sei die „Geiz ist Geil“ – Mentalität rückläufig. Der Wirtschaftsdezernent sieht ein Problem im Mangel an geeigneten Flächen. „Brachen“ stellten den Humus der Kultur dar. Ein Aspekt, mit dem Berlin in besonderem Maße auftrumpfen könne. In Köln gebe es weniger Leerstände, wie beispielsweise das Clouth-Gelände in Nippes. Dort gebe es aber teilweise Auflagen, die die Realisierung von künstlerischen Projekten behinderten. Hier könne eine Lösung nur durch Vertrauen gefunden werden. Man müsse die Eigentümer überzeugen, solche Orte für Projekte zur Verfügung zu stellen. Wichtig sei hierbei, schon zu Beginn eine Regelung für den Auszug zu treffen. Gelänge es, die Vermieter von solchen Modellen zu überzeugen, gäbe es noch viel räumliches Potential in Köln.

**Weiland** fordert, dass die Verwaltung insgesamt mehr Offenheit zeigen müsse. Er nennt als Beispiel das AV - Gründerzentrum. Dort würden Informationen übermittelt, Wertschätzung kommuniziert und Hindernisse aus dem Weg geschafft.

Moderator **Quanz** wirft die Frage auf, welche Empfehlungen man Einsteigern in die Medienbranche geben solle. Für **Ute Biernat** ist ein Gleichgewicht aus Qualifikation und Charakter wichtig. Sie nennt Kriterien wie Professionalität, Mut, eine eigene Meinung, Geschmack und das Ausprobieren, z.B. durch Praktika. **Biernat** warnt davor, nur den direkten Weg zum schnellen Geld zu suchen, und empfiehlt stattdessen, auch „Umwege“ in Kauf zu nehmen. Sie fordert einen offenen Austausch zwischen Medien- und Kulturbranche. In ihren Augen könnten auch Medien Kultur sein. Offenheit und Neugier erwartet **Biernat** von jungen wie etablierten Mitarbeitern.

**Peter Welters** warnt von den oft unrealen Vorstellungen, die sich Jugendliche von der Medienwelt machen würden. Er sieht die Aufgabe der Wirtschaft darin, z.B. durch Praktika bessere Einblicke in die Branche zu ermöglichen. Man müsse Realität vermitteln. Die verschiedenen Branchen hätten die Aufgabe, gezielt in Schulen zu gehen und Gespräche zu führen, da die Berufsberatung kaum in der Lage sei, Authentizität zu vermitteln.

Der Verlag Tisch 7 engagiert sich bereits im Schulbereich. **Bettina Hesse** schildert, dass ihre Autoren Klassen in unterschiedlichen Schultypen besuchen, um den Schülern die Berührung mit dem konkreten Berufsalltag zu ermöglichen.

**Dr. Walter-Borjans** sieht es als großes, allgemeines Problem an, dass die Berufsvorstellung Jugendlicher oft aus den Gegenpolen „Kassiererin bei Aldi“ oder „Superstar“ bestünde. Dabei herrsche ein Mangel an Fachkräften. Köln habe hier allerdings großes Potential durch das überdurchschnittliche Bevölkerungswachstum und das junge Publikum, das aktiviert werden müsse. Wichtig sei eine gute Stadtteilarbeit, die sich nicht nur auf die Brennpunkte beschränke. Aufgabe dieser Arbeit sei Vermittlung von der Realität des Arbeitsmarktes und die Schaffung von Vorbildern in der Kreativbranche, wie in allen anderen Bereichen.

Moderator **Quanz** gibt dem Publikum Gelegenheit, sich an der Diskussion zu beteiligen. Eine bildende Künstlerin schildert ihre Arbeit in dem Bereich der Objektkunst. Bisher könne sie davon noch nicht ihren Lebensunterhalt bestreiten. Köln sei jedoch ein guter Standort, um Netzwerke zu schaffen. Sie appelliert an die Kunstakademien, zukunftsorientierter auszubilden.

Eine Kombination aus PR und Journalismus lautet das Geschäftsmodell eines anderen Teilnehmers. So könne er als freiberuflicher Journalist von seinem Beruf zwar leben, aber reich werde man damit nicht.

**Gerd Leo Kuck**, Intendant der Wuppertaler Bühnen und Teilnehmer des Forums 1 zur Personalentwicklung, bemerkt zur Idee einer Autorenschule, dass ein Autor eben auch „Handwerker“ sei. **Kuck** kritisiert, dass dieser Aspekt des „handwerklichen Könnens“ in Deutschland oftmals noch diskreditiert werde.

Kulturexperte **Michael Söndermann** wendet sich gegen allzu große Schnellebigkeit. Qualität brauche Zeit, deswegen müsse es auch langfristige Förderung für Künstler geben. Die kleinen „Planktonunternehmen“ oder „Zierfische“ auf dem Kunstmarkt würden oft verkannt, dabei seien sie der Motor des Ganzen.

Die städtische Organisation wird von **Verena Voigt** thematisiert. **Voigt**, die im Kultur-PR-Bereich tätig ist, fordert ein Amt für Kulturwirtschaft in jeder Stadt. Dies würde der Kulturwirtschaft das notwendige Gewicht verleihen. Und nur so könne man nah an den Akteuren sein. Künstler müssten auch als Unternehmer ernst genommen werden. Institutionen wie den Kammern fehle da oft das spezifische Know-how im Kultur- und Medien-sektor. Dieser Vorschlag stößt zunächst auf Skepsis. **Weiland** verweist auf die Clusterinitiative des Landes. In einem eigenen Amt sieht er die Gefahr der unnötigen Bürokratisierung. Auch **Walter-Borjans** glaubt, dass andere Instrumente, wie eine gemeinsame Beratung von Kultur- und Wirtschaftsförderung besser geeignet sein könnten. Die Experten sind sich jedoch einig, dass die Balance zwischen künstlerischem Anspruch und wirtschaftlichen Faktoren immer wieder neu austariert werden müsse. Dabei könne externe Hilfestellung, z.B. durch Unternehmensberater, helfen. Man dürfe sich jedoch nicht nur ökonomischen Kriterien unterwerfen. **Ute Biernat** ermuntert dazu, auch mal „über Kreuz“ zu denken. Künstler sollten durchaus den Kontakt zu großen Unternehmen suchen, etwa um Sponsoring einzuwerben.

Moderator **Quanz** verweist zum Abschluss auf die bereits für das nächste Jahr geplante zweite Arbeitsmarktkonferenz. Hier werde sicherlich das Thema „Markt und Kultur“ wieder aufgegriffen. **Henning Quanz** lädt das Publikum zum Konferenzklang bei einem Glas Kölsch ein und wünscht dabei „Allen Zierfischen viel Spaß beim nächsten Cluster.“

*Kerstin Henckens, Markus Mitschke*





# Bundesagentur für Arbeit



Entstanden als Projektarbeit: **CIAM (Zentrum für Internationales Kunstmanagement)** Leiter: **Dr. Hans-Georg Bögner**  
Autoren: **Daniel Hencel, Pascal Sticklies, Felix Schlarmann, Ralf Witthaus, Simin Kambakhsh Fard, Anni Saedler, Kerstin Henckens, Markus Mitschke** Projektleitung: **Anne Schulz** Design: **Meike Reichert** Fotos: **Susanne Fern**

Konferenzkonzeption: **Tanja Brunner (brunner@sk-kultur.de), Anne Schulz (schulz@aim-mia.de)**

Kontakt: SK Stiftung Kultur,  
Geschäftsführer **Dr. Hans-Georg Bögner**  
Im Mediapark 7  
50670 Köln  
Tel. 0221 - 226 24 33  
www.sk-kultur.de

## Veranstalter



Die Landesregierung  
Nordrhein-Westfalen



**Bundesagentur für Arbeit**  
Agentur für Arbeit Köln