



**Prof. Dieter Weidemann,
VhU-Präsident**
zum
5. Da-Vinci-Gespräch

**FrankfurtRheinMain auf dem Weg zu
Deutschlands führendem Netzwerk der Medienwirtschaft**

28. November 2007

Sehr geehrte Damen und Herren,

auch im Namen der Vereinigung der hessischen Unternehmerverbände möchte ich Sie herzlich willkommen heißen zum **5. Da-Vinci-Gespräch**. Ich freue mich mit unseren Partnern: der **Fraport AG** und der **Frankfurter Allgemeinen Zeitung**, dass wir diese Tradition, über **die Wachstums- und Beschäftigungspotenziale** der wichtigsten **Kompetenzzentren** in **FrankfurtRheinMain** fundiert zu sprechen, nicht nur fortsetzen, sondern sogar noch steigern konnten: Zum ersten Mal haben wir es geschafft, zwei Da-Vinci-Gespräche in einem Jahr durchzuführen. Für Gastfreundschaft und Berichterstattung der FAZ möchte ich mich sehr bedanken.

Ich habe die Ehre, den heutigen Impulsvortrag zu halten. Unser Thema lautet: **“Total kommunikativ? FrankfurtRheinMain auf dem Weg zu Deutschlands führendem Netzwerk Medienwirtschaft“**.

Ist die Region FrankfurtRheinMain auf dem Weg, eine **Spitzenposition** in der deutschen Medienwirtschaft einzunehmen? Und wenn ja, in welchen Bereichen sticht diese Region besonders hervor? Mit wem muss man sich da vergleichen: Hamburg, Berlin und Düsseldorf?

Als Stellvertretender Vorsitzender des Rundfunkrates des HR denke ich bei Medienwirtschaft natürlich zunächst und in erster Linie an die **traditionellen und bedeutenden Medien**, deren Weiterentwicklung mir sehr am Herzen liegt. Die großen Namen der Region sind überwiegend auch hier versammelt: Leider heute nicht das ZDF und SAT 1, und die Financial Times Deutschland. Dafür aber der Hessische Rundfunk, die privaten Radiosender – allen voran FFH mit Herrn Hillmoth heute auf dem Podium – und eine Reihe von überregionalen Tageszeitungen wie die Frankfurter Allgemeine Zeitung, die mit Herrn Köhler heute den Moderator stellt, die Frankfurter Rundschau, deren Vorsitzender der Geschäftsführung heute die Podiumsdiskussion mit bestreitet.

Natürlich lebt die Medienwirtschaft sehr stark von der Werbewirtschaft. Sie hat mit Herrn Nider, dem CEO von Publicis ebenfalls einen namhaften Vertreter der Dienstleister auf das Podium entsandt. Und mit Herrn Prof. Weirich von der

Fraport nicht nur einen ausgewiesenen medienpolitischen Experten, sondern auch einen wichtigen Vertreter der werbetreibenden Wirtschaft selbst – und den Initiator des **ersten FraMediengipfels**, den wir alle zusammen mit über 500 Gästen vor einem Monat im Lufthansa Flight Training Center als Branchetreff miterleben durften.

Heute möchte ich über die **neuen Impulse** in diesem Markt der Medienwirtschaft sprechen – und die kommen aktuell aus anderen Segmenten.

Lassen sich mich zunächst mit einem Überblick zu den allgemeinen Tendenzen beginnen, die sich deutschlandweit feststellen lassen:

- Im diesjährigen „**German Entertainment and Media Outlook**“ prognostiziert die Beratungsfirma PricewaterhouseCoopers, von der wir heute auch die Herrn Dr. Müller und Wagner begrüßen, dass die Gesamterlöse der Medienwirtschaft inklusive Werbeeinahmen von knapp 54 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf gut 62 Milliarden Euro im Jahr 2011 steigen werden.
- Dies entspricht einem robusten, aber nicht außergewöhnlichen jährlichen Wachstum von durchschnittlich drei Prozent im nationalen Durchschnitt.
- Wir haben versucht, dies auf Hessen bzw. FrankfurtRheinMain herunterzubrechen, was sich aber aufgrund der fehlenden Verfügbarkeit von Vergleichszahlen als schwierig erweist.
- Dennoch ein Nährungswert zum relativen Gewicht unserer Region in der Medienwirtschaft am Beispiel des Werbemarktes:
- Im Jahr 2001 betragen die Netto-Werbeausgaben in Deutschland laut Mercer Management Consulting zirka 16,4 Mrd. Euro, davon entfielen gemäß Berechnungen der IHK Frankfurt Werbeumsätze in Höhe von 7,4 Mrd. Euro allein auf die Mainmetropole – also zirka 45 Prozent. Diese Zahlen sind wohl leider nicht ganz vergleichbar, geben aber einen ersten Eindruck von der Stellung von FrankfurtRheinMain in der Medienwirtschaft.

Zu den Trends im Einzelnen:

- Werbebranche und Werbemedien müssen sich auf einen grundlegenden Wandel einstellen: Das **veränderte Verhalten bei der Mediennutzung** macht es tendenziell schwieriger, Konsumenten über die klassischen Wege zu erreichen.
- Andererseits bieten sich aber auch **neue Möglichkeiten der Kundenansprache** durch das Internet mit Diskussionsforen, Blogs und dem starken Wachstum im Bereich Bewegtbilder.
- Die Werbeerlöse steigen von 13,7 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf 16,8 Milliarden Euro im Jahr 2011. Dies entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 4,2 Prozent.
- Das **Fernsehen** bleibt auch in den kommenden Jahren der wichtigste Umsatzträger der Medien- und Unterhaltungsbranche, das Internet holt aber auf.
- Der Werbeumsatz im **Internet** wird sich bis 2011 von heute 500 Millionen Euro auf 1,6 Milliarden Euro verdreifachen. Das entspricht einem jährlichen Wachstum von 26,4 Prozent.
- Das Internet wird wahrscheinlich bereits dieses Jahr mit einem Werbevolumen von 750 Millionen Euro das Radio als Werbeträger überholen und nächstes Jahr mit 1 Milliarde Euro auch die Außenwerbung.
- Für die Fernsehbranche gewinnt sowohl das **Bezahlfernsehen** an Bedeutung, als auch, jedoch in geringerem Maße, das **Internet-Fernsehen**.

Lassen Sie mich auf **vier Entwicklungen** eingehen, die für die Region von besonderem Interesse sind:

- Die Internetindustrie
- Die Computerspieleindustrie
- Klassisch: den Buchmarkt
- Und zukunftsweisend: das Web 2.0

An erster Stelle möchte ich den **Aufstieg des Internets zu einem der wirklich wichtigen Werbeträger** nennen. Meine Damen und Herren, es ist schwierig, alle mit dem Internet zusammenhängenden Dienstleistungen abzubilden. Das liegt daran, dass viele dieser Services und Produkte von bereits etablierten Spielern erbracht werden. Dennoch wage ich die Prognose, dass die Region FrankfurtRheinMain sehr gut positioniert ist, um von diesem Trend in größerem Stil zu profitieren.

Dies beginnt schon mit der **technischen Infrastruktur**: Der in Frankfurt beheimatete **Internetknoten DE-CIX** ist der drittgrößte in Europa. Über ihn fließen etwa 90 Prozent des deutschen und etwa 35 Prozent des europäischen Internetverkehrs. Gleichzeitig befindet sich in Frankfurt auch die **deutsche Zentrale für die Registrierung von Domains, die DENIC**, die alle Internetadressen auf „.de“ verwaltet – nach „.com“ die häufigste Endung aller weltweit angemeldeten Domains. Entgegen der Hoffnung der Karnevalsfreunde unter uns, wurde die 11.111.111ste „.de“-Domain leider nicht am elften November sondern bereits am zwölften Juli dieses Jahres vergeben.

Auch hinsichtlich der **Dienstleister**, die das Internet durch **Inhalte und Formate** mit Leben erfüllen, ist die **Region sehr gut aufgestellt**. Eine Führungsrolle nimmt hier Frankfurt ein:

- Für zahlreiche internationale Wirtschafts- und **Nachrichtendienste** ist die Stadt aufgrund der Ansiedlung der Europäischen Zentralbank neben London und Brüssel einer der wichtigsten Standorte in Europa, zu nennen seien hier nur Bloomberg, Associated Press, Dow Jones, AFX sowie die deutschen Dienste dpa und vwd.
- Acht der Top Ten der deutschen **PR-Agenturen** sind in Frankfurt vertreten. Trimedia, A&B ONE, Hill & Knowlton, Citigate Demuth, Fleishman Hillard und andere haben ihren deutschen Hauptsitz dort.
- Die Stadt behauptet bei den Werbeumsätzen den Spitzenplatz in Deutschland und einen respektablen achten Platz unter den **Top Ten Werbemetropolen** der Welt. Exklusive USA ist dies der vierte Platz hinter Tokio, London und Paris.

- Neben zahlreichen kleineren Agenturen, sind fast alle großen **Network-Agenturen** in Frankfurt beheimatet, wie z.B. FCB, JWT, McCann Erickson, Leo Burnett, Ogilvy & Mather, Publicis, Saatchi & Saatchi, Young & Rubicam und andere mehr.
- Auch im Bereich **New Media** ist Frankfurt/Rhein/Main mit zahlreichen Agenturen vertreten.
- Mit Procter & Gamble, Ferrero und Opel, sind **drei der größten werbungstreibenden Unternehmen**, mit Lufthansa und Fraport, der Radeberger Gruppe und der Licher Brauerei sind weitere wichtige vor Ort.
- Die vielen **Designagenturen** finden in den Aktivitäten des Rat für Formgebung und Deutschen Designers Club (DDC) Möglichkeiten des fachlichen Austauschs.
- Mit der Neuen Sentimental Film und Tempomedia sind **zwei der größten deutschen Werbefilmunternehmen** von Frankfurt aus weltweit aktiv.
- Jährlich wird in Frankfurt der vdw award, der "**Oscar des Werbefilms**", vom Verband Deutscher Werbefilmer verliehen.
- Mit dem **Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA)** sitzt in Frankfurt Deutschlands bedeutendster Branchenverband.
- Die **marketingservices, Internationale Fachmesse für Marketing und Kommunikation**, entstand in Frankfurt und findet alle zwei Jahre statt.

Wenn wir über 270 PR-Unternehmen, 190 Unternehmen im Bereich Hörfunk / TV / Journalismus und über 5.700 Unternehmen in der Werbebranche reden, ja über insgesamt mehr als 7.000 Unternehmen aus dem Bereich Medien und Kommunikation, dann sprechen wir nur über Frankfurt. Erst wenn wir dieses Bild noch zumindest um die Medien- und Beratungszentren Wiesbaden und Mainz erweitern, wird das wahre Potenzial der Region deutlich.

Dazu auch noch einige Zahlen aus dem 1. Hessischen Kulturwirtschaftsbericht von 2003:

- In der hessischen Kulturwirtschaft gab es im Jahr 2000 zirka 22.000 Unternehmen mit einer Beschäftigtenzahl von 112.000 sozialversicherungspflichtigen Mitarbeitern und einem Umsatz von 19 Milliarden Euro.
- Das waren 5 Prozent des Umsatzes der Gesamtwirtschaft und 4 Prozent der Erwerbstätigen.
- Zum Vergleich: In der Kraftfahrzeugbranche waren es im selben Zeitraum 71.000 Personen beschäftigt, die einen Umsatz von 12,3 Milliarden Euro erwirtschafteten, und in der Chemiebranche 64.000 Personen mit einem Umsatz von 18 Milliarden Euro.

Nun ist die Kulturwirtschaft nicht ganz deckungsgleich mit der Medienwirtschaft, aber sie enthält doch wichtige Teilmärkte wie den Literatur-, Buch- und Pressemarkt, die Film-, TV-, Video und Musikwirtschaft sowie den Bereich Design. Es fehlt vor allem die Werbe- und PR-Branche. Die tatsächliche relative Bedeutung der Medienwirtschaft für Hessen, die Beschäftigungszahlen und Umsätze dürften also heute relativ und absolut über den damals erhobenen Zahlen liegen. So meine Einschätzung.

Meine Damen und Herren, ich hoffe, dass Sie angesichts dieser Fakten meinen vorsichtigen Optimismus teilen können, dass FrankfurtRheinMain von der Entwicklung der Kommunikationsbranche allgemein und **vom prognostizierten, überdurchschnittlichen Wachstum im Bereich der Internetkommunikation und -werbung auch überdurchschnittlich profitieren** wird.

Anlass zu Optimismus für die Medienwirtschaft in unserer Region gibt auch eine andere Entwicklung. Denn in den durchschnittlich drei Prozent Wachstum der Medienindustrie bis 2011 versteckt sich neben dem Internet ein weiterer überdurchschnittlicher Umsatztreiber: Der Bereich der **Video- und Computerspiele** mit einem erwarteten jährlichen Wachstum von 6,6 Prozent.

Ich möchte keinem hier im Publikum zu nahe treten. Aber ich habe Computerspiele lange eher für ein Phänomen der jüngeren Jahrgänge und nicht für ein Thema der Wirtschaftsförderung gehalten. Die nackten Zahlen belehren uns eines Besseren: Der Spielmarkt wird dieses Jahr aller Voraussicht nach mit einem Umsatz von 1,7 Milliarden Euro den Musikmarkt überholen, der auf 1,6 Milliarden kommt. **Bis 2011** wird dieser Markt auf gut **zwei Milliarden Euro** wachsen und damit beinahe mit der Filmbranche gleichziehen.

Die Region ist hervorragend positioniert, um von diesem Wachstum zu profitieren:

- Frankfurt RheinMain ist ein „**Hot Spot**“ **der deutschen Spieleindustrie. Die Region weist in Deutschland die höchste Dichte an Spieleentwicklern, Publishern und Produzenten auf.**
- Hier treffen sich **Kunst, Kreativität und Technologie**: 3D-Artists, Grafiker und Programmierer erstellen digitale Spielwelten der neuen Generation.
- Die Spiele-Industrie ist **multimedial**, da sie die verschiedenen Bereiche PC, Entertainment, Film und Kommunikation zusammenfasst.
- Die unterschiedlichen Dienstleister aus dem Medienbereich profitieren von einer vitalen Spielebranche am Standort, angefangen bei **Komponisten und Tonstudios, über Kommunikations- und Marketingfachleuten, bis hin zu Consultants und Medienanwälten.**
- Zahlreiche Entwickler und Produzenten mit internationalem Ruf sind in Frankfurt zu finden. Ebenso wie internationale Publisher sowie der deutsche Marktführer im Onlinebereich von der Deutschen Telekom: Gamesload.
- Aber auch die **Hardwareindustrie** ist mit Branchengrößen wie SAMSUNG, MSI Technology, und DELL vertreten.
- Seit 2004 findet in Frankfurt regelmäßig das unabhängige Treffen der **International Game Developer Association (IGDA)**, auf dem sich vierteljährlich Entwickler über die neuesten Trends austauschen.
- Eine Plattform für die Medien- und Gamesbranche in FrankfurtRheinMain bietet die Initiative **GAMEplaces**, die u.a. viermal jährlich Veranstaltungen zum Thema veranstaltet.

Kommen wir zu einem anderen Segment des Medienmarktes, das trotz eher durchschnittlichem Wachstum interessante Perspektiven bietet und bei einer Veranstaltung in Frankfurt nicht unerwähnt bleiben sollte: dem **Buchmarkt**. Auch hier gibt es zahlreiche einschneidende Entwicklungen.

- Zunächst zur relativen Bedeutung: Der Buchmarkt erwirtschaftete im Jahr **2005** einen **Gesamtumsatz von 9,2 Milliarden Euro**, also mehr als fünfmal so viel wie der Spielmarkt.
- Doch dieser Markt muss die Herausforderung der immer größeren Angebots- und Nachfragevielfalt sowie der Digitalisierung und zunehmenden Konvergenz der Medien annehmen.
- Neben dem Sortimentsbuchhandel gewinnt der Vertriebsweg **Internet** immer größere Bedeutung. Auch **Hörbücher** werden bei den Konsumenten immer beliebter.
- Aggressive Vertriebsstrategien und die steigende Beliebtheit des Internets werden die Margen weiterhin belasten.
- Gleichzeitig planen große Buchhandelsketten weitere Übernahmen, um ihre Verhandlungsposition gegenüber den Verlagen zu stärken.
- Ich denke, dass es sich in diesem Kreise erübrigt sehr detailliert auf die herausragende Stellung von FrankfurtRheinMain im Verlagsgeschäft einzugehen. Verlage wie **Suhrkamp, S. Fischer und Deutscher Fachverlag, der Börsenverein des Deutschen Buchhandels und natürlich die Frankfurter Buchmesse** als wichtigste Messe der Welt für Bücher, Multimedia und Kommunikation sind Ihnen allen bekannt.
- Dennoch sei mir eine Zahl erlaubt, um die **Bedeutung des Verlagswesens** zu illustrieren: Ein Blick auf die Zuordnung von Medienunternehmen zu Sparten zeigt, dass es unter Einbeziehung der wissenschaftlichen Verlage mehr Unternehmen im Buchmarkt gibt als im Bereich Presse, Nachrichtenagenturen und Informationsvermittlung.

Lassen Sie mich meinen Überblick über die im regionalen Kontext interessanten Branchen und Themen im Medienbereich mit einer Frage beenden, die – zumindest aus meiner Sicht – noch zu stiefmütterlich behandelt wird: die

Auswirkungen des so genannten Web 2.0 auf die Finanzwirtschaft. Ich persönlich glaube, dass dies gerade in FrankfurtRheinMain ein sehr interessantes Thema für die Medien- und Beratungswirtschaft werden könnte.

Ganz grundsätzlich – und dies ist nicht industriespezifisch – verwischt mit dem neuen Entwicklungsstadium des Internets, dem wesentlich interaktiveren Web 2.0, die Grenze zwischen Konsument und Produzent. Gleichzeitig gewinnt Meinungswissen gegenüber fundiertem Wissen an Bedeutung. **Mit Reputationsrisiken muss also noch proaktiver umgegangen werden** als jemals zuvor. Eine Herausforderung für die Kommunikatoren.

Aber es gibt auch interne und externe Auswirkungen, die sehr **spezifisch die Finanzdienstleister** betreffen:

- die **Markttransparenz** steigt
- die Preise für **Standardprodukte** geraten unter Druck
- **neue Angebote** entstehen und konkurrieren mit klassischen Angeboten, wie z.B. innovative Bezahlssysteme und Kreditplattformen
- **neue Formen der Kommunikation** oder doch zumindest eine Anpassung bewährter Inhalte an das neue Format werden nötig, um Kunden an Produkte und Mitarbeiter an Unternehmen zu binden.
- Gleichzeitig müssen Stil und Inhalt nicht nur zu Unternehmenskultur und Image passen, sondern auch strenge regulatorische Vorgaben erfüllen.

Ohne dass ich an dieser Stelle bereits Antworten geben könnte, so glaube ich doch, dass hier, in FrankfurtRheinMain, das Wissen vorhanden ist, um sich sehr gut in diesem Thema zu positionieren.

Soviel zum Branchen-Überblick, der unserer Region – wie ich meine – ein sehr gutes Zeugnis im Medienbereich ausstellt. Auch die **Filmbranche** hätte mit gutem Recht eine genauere Betrachtung verdient, die jedoch den Rahmen meines heutigen Vortrags gesprengt hätte. Nur so viel: Allein in Frankfurt gibt es bereits über 330 Filmunternehmen. Und der rührige Landrat Wilkes, der die Bergstraße

zum europäischen **Domizil von Bollywood** machen will, verdient sicher auch unsere Beachtung und Unterstützung.

Lassen Sie mich an dieser Stelle noch zu **zwei übergeordneten Aspekten** kommen, die für unser Thema von großer Bedeutung sind: Denn natürlich leben diese Branchen auch und vielleicht sogar gerade von ihrer Vernetzung – sowohl untereinander als auch mit der Wissenschaft.

Auf einige Verbände, Initiativen und Plattformen bin ich schon eingegangen. Zu erwähnen sind selbstverständlich auch die **Aktionslinien Informationstechnologie und Medien der hessischen Landesregierung** sowie die Anstrengungen der Verantwortlichen bei den Einrichtungen der **Wirtschaftsförderung** und der **Standortvermarktung**. Zu erwähnen sind aber nicht zuletzt unsere Bildungseinrichtungen.

Die Zeit reicht nicht, um auf alle Studiengänge und Weiterbildungsangebote einzugehen. Lassen mich aber stellvertretend wenigstens einige nennen:

- Die Ausbildung im Bereich Grafik-Design/Interactive-Design ist an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach möglich.
- Informatik steht besonders bei der FH Frankfurt und dem Institut für Professionelle Informatikanwendungen (IPIAG) im Vordergrund.
- Forschung und Entwicklung im Spielebereich sind speziell auch am Fraunhofer Institut und Zentrum für Graphische Datenverarbeitung (ZGDV) in Darmstadt zu finden.
- Für ausreichend Potenzial an Fachkräften in den unterschiedlichen kreativen, kaufmännischen oder technischen Berufsfeldern sorgen die Hochschulen und Akademien im Rhein Main Gebiet wie die Goethe-Universität, die Fachhochschule Frankfurt, die Städelschule, die Hochschule für Gestaltung Offenbach, die Fachhochschule Wiesbaden, die Gutenberg Universität Mainz, die Fachhochschule Mainz, die European Business School und das IMK Wiesbaden.

- Ergänzt wird die Bildungslandschaft durch private Akademien wie die z.B. Akademie für Marketing-Kommunikation, die Frankfurter Akademie für Kommunikation und Design.

Um es zusammenzufassen: Was mich optimistisch stimmt für die Medienwirtschaft in FrankfurtRheinMain, für ihre Wachstumsaussichten und ihre Innovationskraft ist nicht nur die gute Positionierung in vielen traditionellen und zukunftsweisenden Teilsegmenten dieser Industrie. Es ist auch und gerade der **fruchtbare Humus** aus großen und kleinen Spielern, informellen und offiziellen Plattformen, Treffen, Konferenzen und Messen sowie vielfältigen Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Fördermöglichkeiten. Ja, es ist die gerade diese **Vielfalt der Vernetzungs- und Kooperationsmöglichkeiten**, die wir weiter fördern sollten.

Eine exzellente Übersicht zu unserem heutigen Thema finden Sie übrigens im gerade vom Planungsverband veröffentlichten „**Wissensatlas FrankfurtRheinMain**“.

Meine Damen und Herren, ich weiß, ich habe Ihnen viel zugemutet an Fakten und Entwicklungen. Und doch hoffe ich, dass Sie nicht nur das große Bild mitgenommen haben, sondern auch einige spannende Details, Fragen oder Ideen, die für Sie und die folgende Diskussion von Interesse sind.

Wie heißt es so schön? Erst die Arbeit, dann das Vergnügen. In diesem Sinne bedanke ich mich für Ihre Aufmerksamkeit. Die Arbeit ist getan, viel Vergnügen nun bei der Diskussion.

17216 Zeichen = zirka 24 Minuten