Medienstudie Halle/Saalekreis

Vorstellung der Studie

Halle (Saale), 28. Februar 2014

univations
Institut für Wissens- und Technologietransfer an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG

hallesaale
HÄNDELSTADT

Gliederung

1. **Projektziel & Vorgehen**
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Projektziel

Im Rahmen des Projektes wird eine Studie zur Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Sachsen-Anhalt erstellt.

- Medien-, Kultur- und Kreativbranche stellt derzeit in der Region Halle ca. 11.000 Arbeitsplätze zur Verfügung
- Wertschöpfung wird zwischen der Automobil- und Chemieindustrie eingeordnet
- Kommunen arbeiten verstärkt daran, Vernetzung und Wachstum der Unternehmen dieser Branchen zu sichern, um dadurch die Region deutschland- und europaweit zu profilieren und für Existenzgründungen und Neuansiedlungen aus dieser Branche attraktiv zu machen

- Ziel: **Anschluss an die Studie 2005** und Vergleich zu weiteren Standorten

  Herausarbeitung von Empfehlungen zur **Stärkung des Medien- und Kreativstandortes** Halle sowie zur **Steigerung der Attraktivität des gesamten Standortes** für neue Gewerbe- und Industrieansiedlungen

  Erarbeitung von Handlungsempfehlungen zur zukünftigen **Unterstützung von Produktions- und Industrieansiedlungen** sowie zur **Festigung des Wirtschaftsstandortes** durch die vorhandene Medien-, Kultur- und Kreativbranche

Vorgehen

Das Projekt gliedert sich in vier Phasen.

Bestandsaufnahme & Recherche

- Kick-off
- Erhebung der Anzahl relevanter Unternehmen
- Sondierung von Sekundärstudien
- Gespräche mit Verantwortlichen (Stadt Halle, Saalekreis, Landesbeirat Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt)

Fragebogendesign

- Unternehmensdatenbank aktualisieren & vervollständigen
- Erarbeitung Untersuchungsdesign
- Erstellung der Fragebögen
- Pre-Tests mit Vertretern der Zielgruppe

Feldphase

- Durchführung von standardisierten Befragungen
- Durchführung von qualitativen Tiefeninterviews

Ableitung & Präsentation

- Auswertung & Analyse der Befragungsergebnisse
- Ableitung von Handlungsempfehlungen
- Präsentation & Diskussion der Ergebnisse

Untersuchungsdesign

Bereits erfolgt sind zum einen eine standardisierte Befragung von Unternehmen der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft der Stadt Halle und dem Saalekreis und zum anderen einzelne qualitative Tiefeninterviews.

1. Standardisierte Befragung (243 Unternehmen):

- Bewertung der aktuellen Situation und Wiedergabe der Erwartungen zur Branchenentwicklung
- Einschätzung von Standortfaktoren und Wachstumstreibern
- Aussagen über mögliche Wertschöpfungsketten
- Methode: Online- oder CATI-Befragung (Mix beider Vorgehensweisen ist ebenfalls denkbar)

2. Qualitative Tiefeninterviews:

- mit 20 Experten der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft bzw. der identifizierten Teilmärkte
- Vorstellung der Ergebnisse der Sekundärrecherchen sowie der quantitativen Analysen und Diskussion von Chancen und Notwendigkeiten der dort aufgezeigten Ansatzpunkte zur Verbesserung der Situation der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft
- Suche von Ansatzpunkten für ein zukünftiges wirtschaftspolitisches Handlungskonzept
- Methode: einzeln und zusätzlich strukturiertes Fokusgruppengespräch

Gliederung

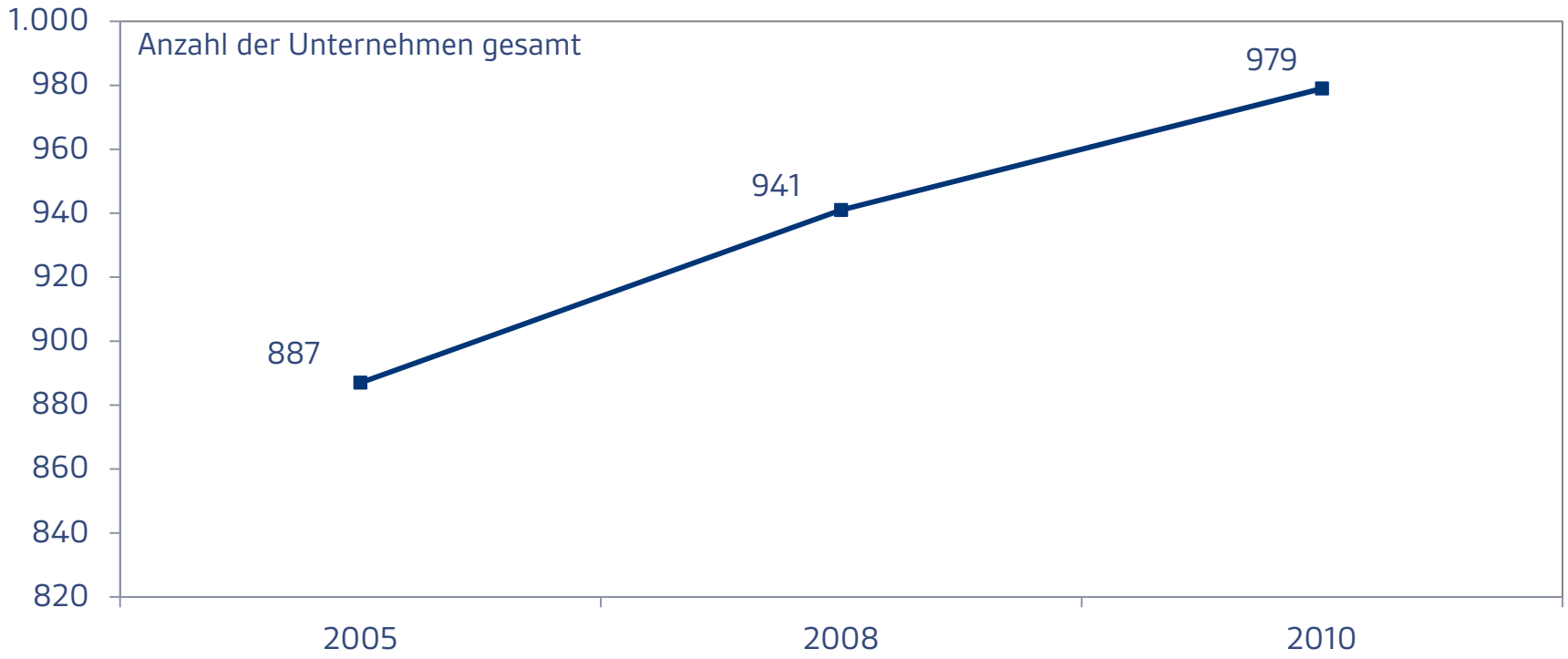
1. Projektziel & Vorgehen
2. **Struktur der Branche in der Region Halle**
   - Unternehmenszahl
   - Umsätze
   - Anzahl Beschäftigte
   - Vergleichende Analysen
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. **Struktur der Branche in der Region Halle**
   - **Unternehmenszahl**
   - Umsätze
   - Anzahl Beschäftigte
   - Vergleichende Analysen
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Entwicklung der Unternehmenszahl 2005-2010

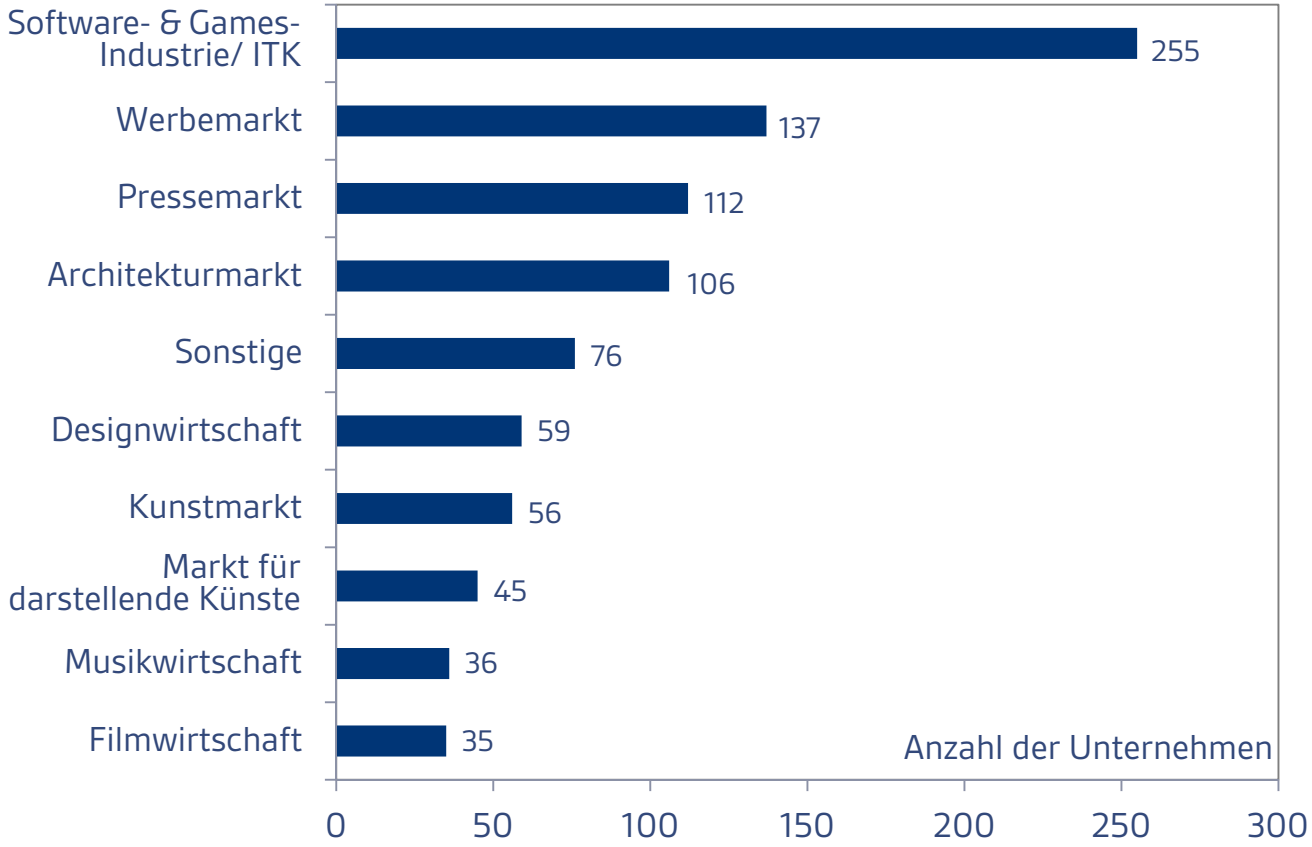
Die Anzahl der Unternehmen der MKKW in der Region Halle ist von 2005 auf 2010 um etwa 10% gestiegen



Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012.

Unternehmenszahl nach Teilbranchen 2010

Die meisten Unternehmen kommen aus dem Bereich Software- & Games-Industrie/ITK sowie aus dem Werbe-, Presse- und Architekturmarkt.



Anteil am Gesamtaufkommen in Sachsen-Anhalt
19,5 %
22,9 %
32,7 %
27,2 %
25,0 %
44,7 %
28,0 %
24,9 %
34,6 %
32,7 %
GESAMT: 24 %

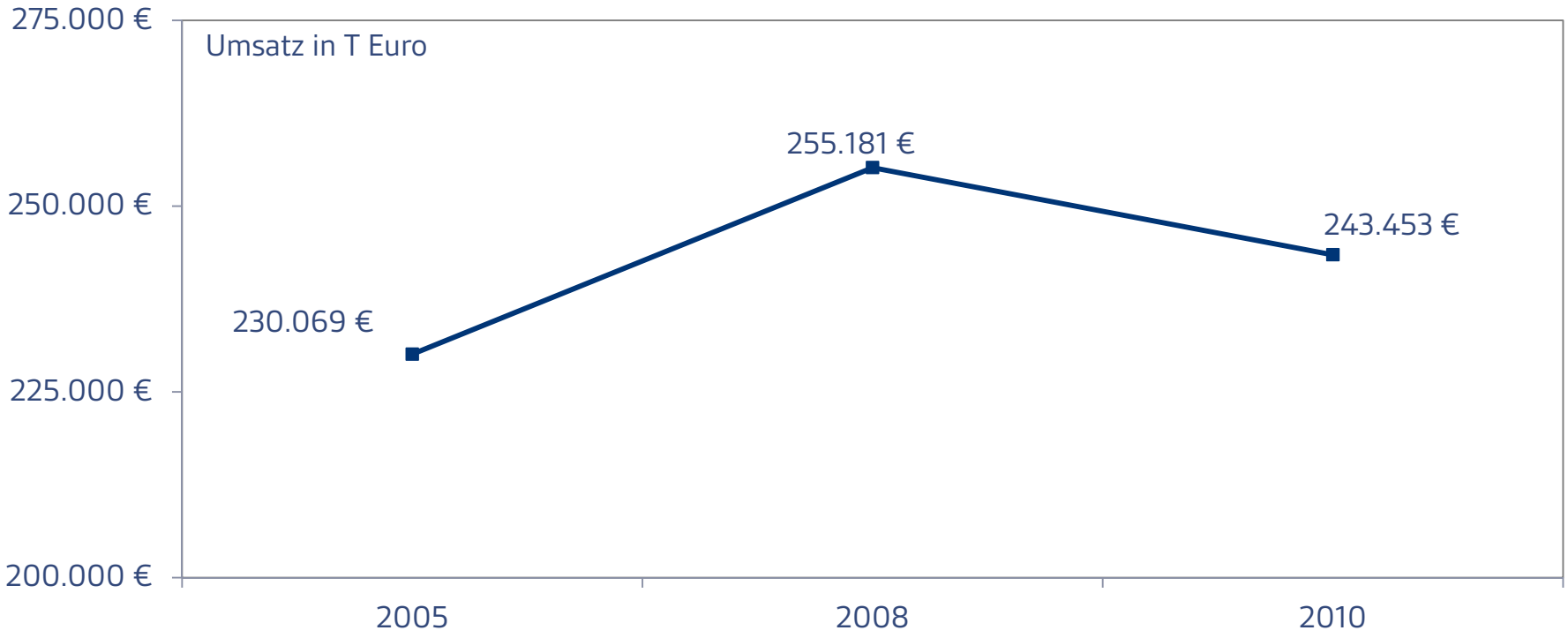
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012.

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. **Struktur der Branche in der Region Halle**
   - Unternehmenszahl
   - **Umsätze**
   - Anzahl Beschäftigte
   - Vergleichende Analysen
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Entwicklung der Unternehmensumsätze 2005-2010

Die Unternehmensumsätze der MKKW in der Region Halle wuchsen von 2005 auf 2010 um ca. 6%.

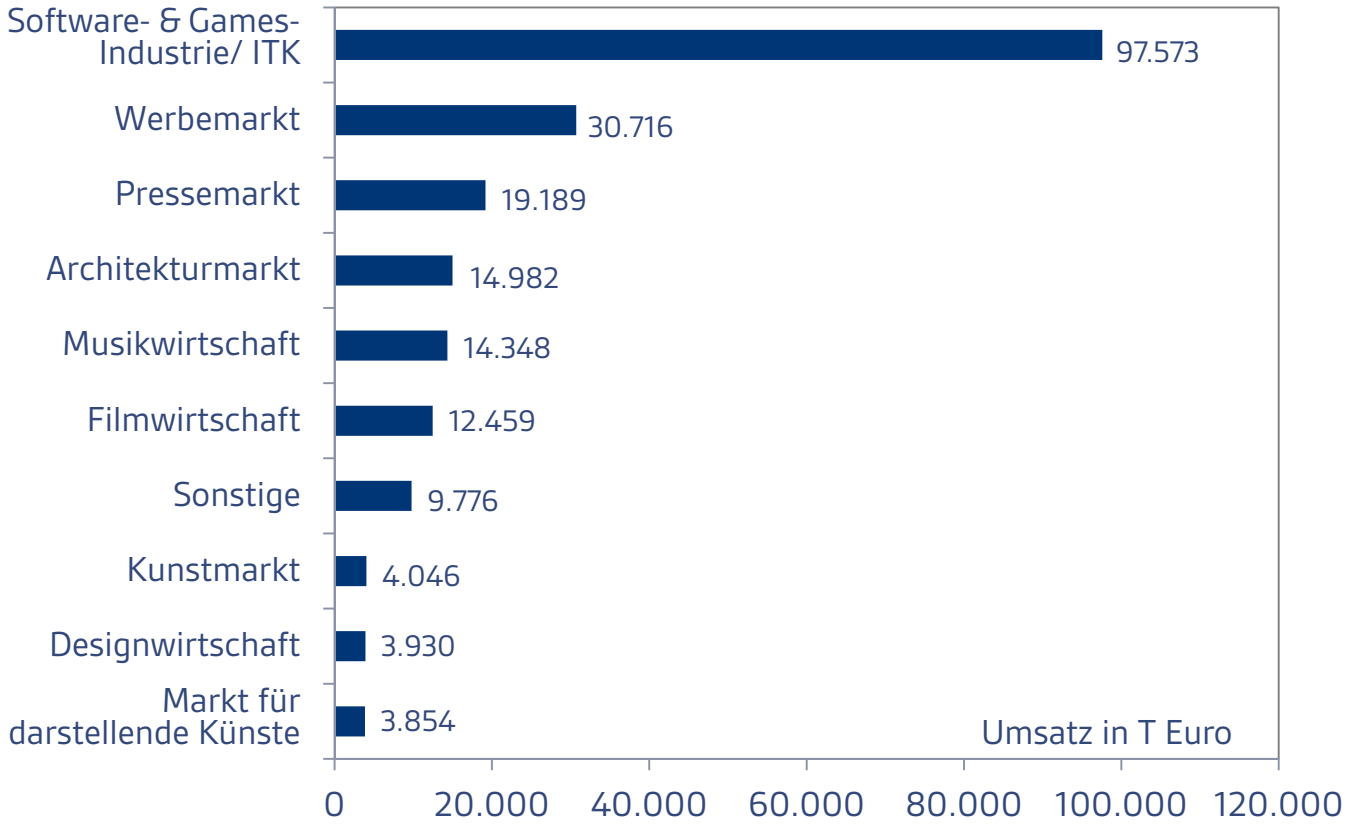


Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012.

.

Unternehmensumsätze nach Teilbranchen 2010

Der Teilbereich Software- & Games-Industrie / ITK erzielt die mit Abstand höchsten Umsätze aller Teilbranchen der MKKW in der Region Halle.



Anteil am Gesamtaufkommen in Sachsen-Anhalt
16,8 %
27,5 %
10,0 %
19,9 %
34,5 %
34,3 %
13,2 %
21,1 %
19,1 %
28,3 %
GESAMT: 17 %

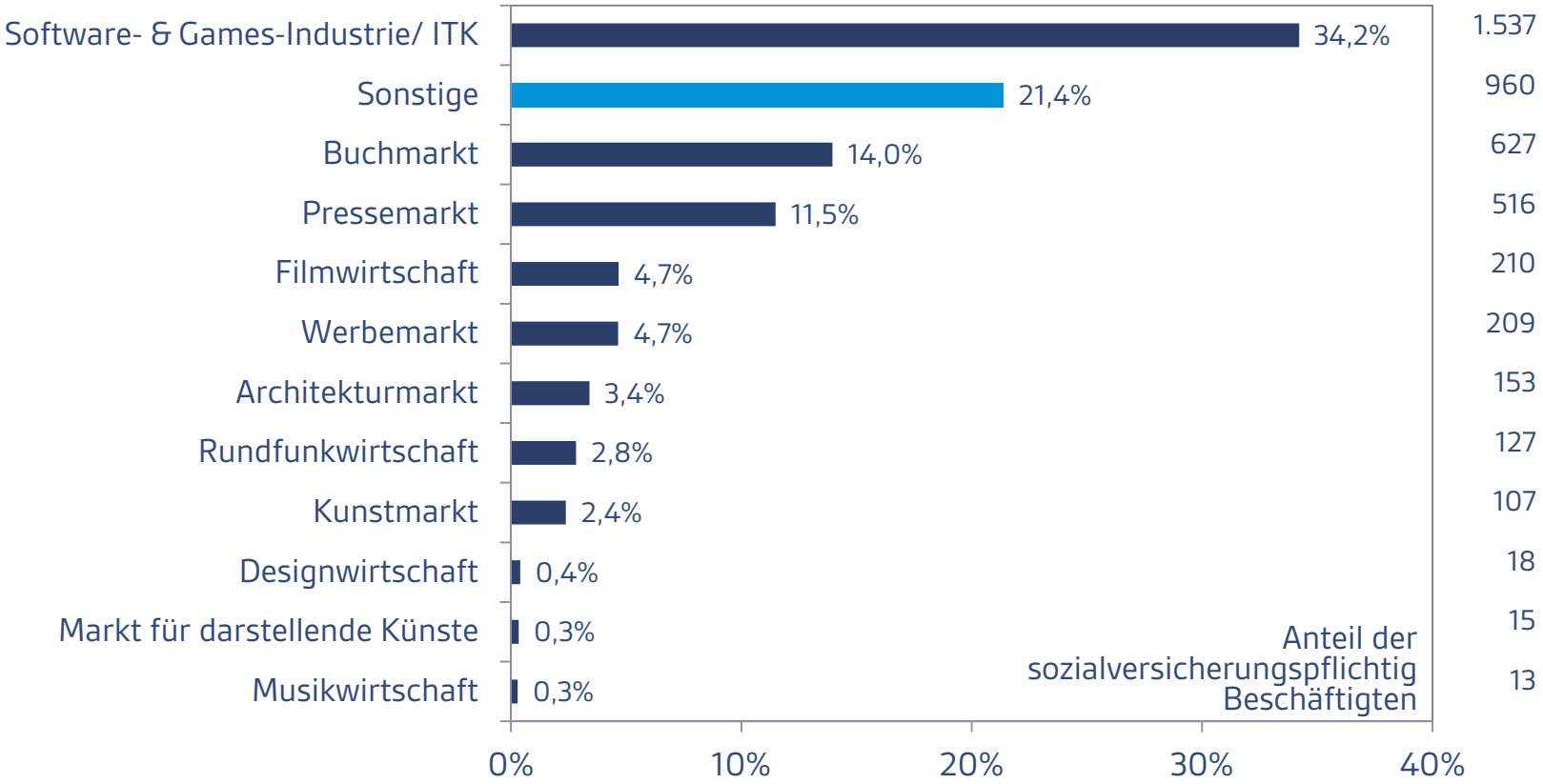
Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012.

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. **Struktur der Branche in der Region Halle**
   - Unternehmenszahl
   - Umsätze
   - **Anzahl Beschäftigte**
   - Vergleichende Analysen
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2010

Der Teilbereich Software- & Games-Industrie / ITK vereint deutlich die meisten sozialversicherungspflichtig Beschäftigten auf sich.

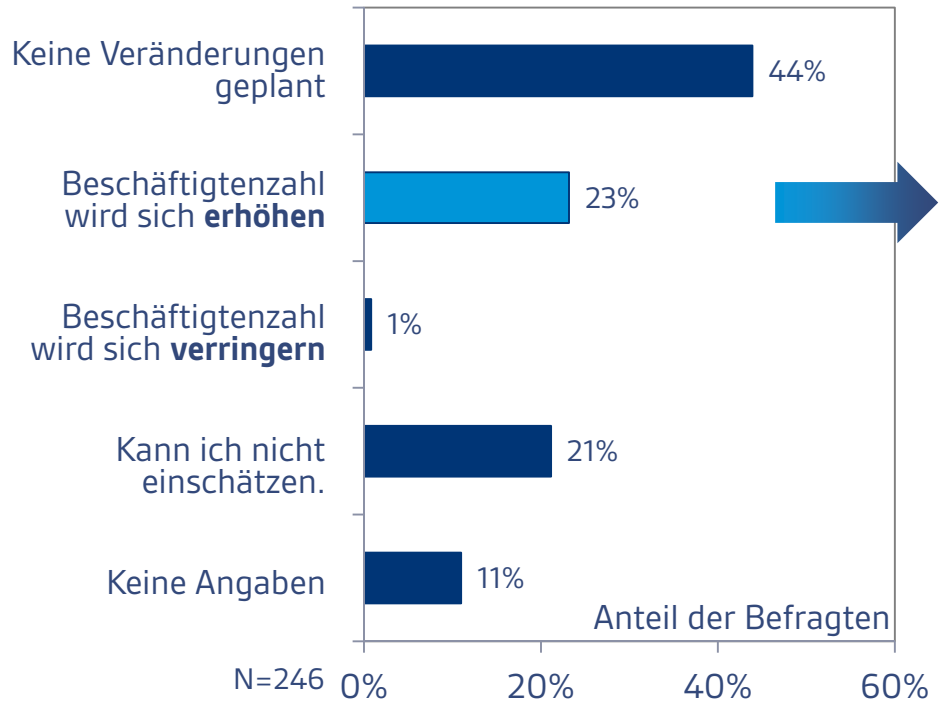


Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Halle (Saale), 2012.

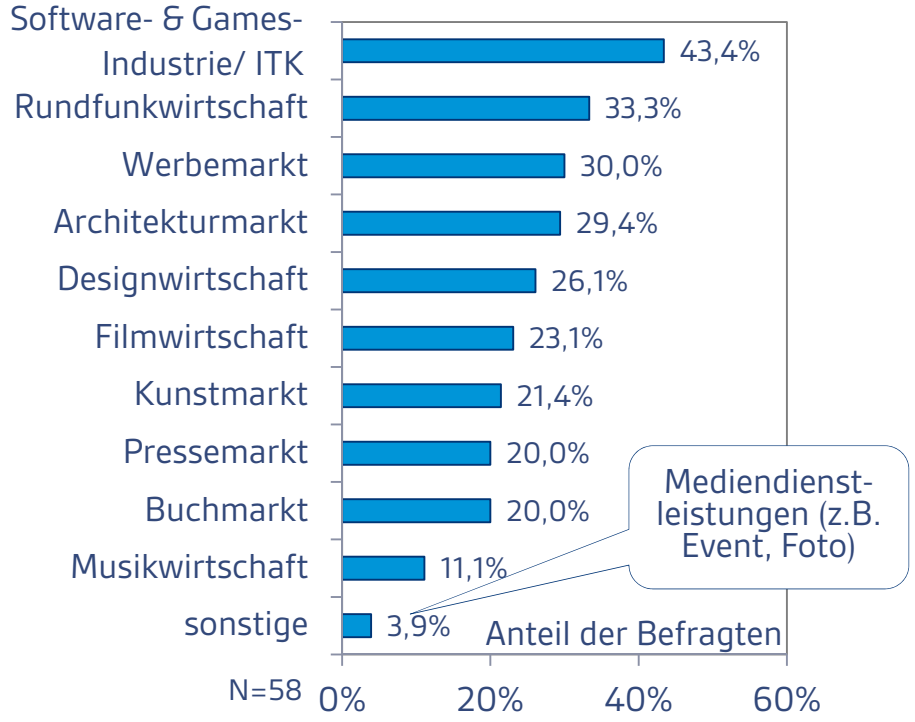
Geplante Veränderung der Mitarbeiterzahl

Etwa 23% der befragten Unternehmen der MKKW in der Region Halle plant die Anzahl der Mitarbeiter in den nächsten 2 Jahren zu erhöhen.

Geplante Veränderung der Anzahl der Mitarbeiter in den nächsten 2 Jahren



Verteilung der wachstumsstarken Branchen

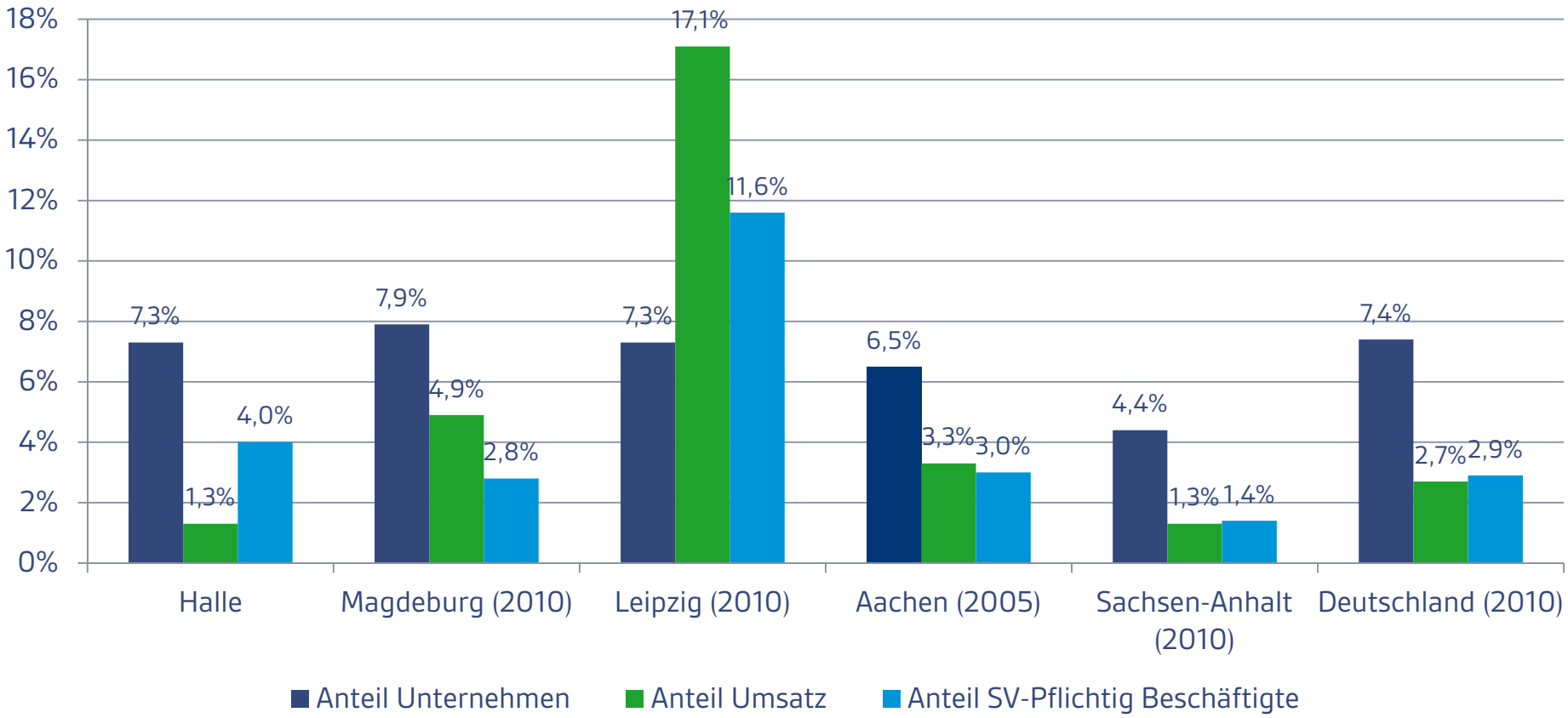


Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. **Struktur der Branche in der Region Halle**
   - Unternehmenszahl
   - Umsätze
   - Anzahl Beschäftigte
   - **Vergleichende Analysen**
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Anteil der MKKW an der Gesamtwirtschaft

Im Vergleich zu anderen Regionen weist Halle vor allem im Bereich der realisierten Umsätze ein deutliches Defizit aus.

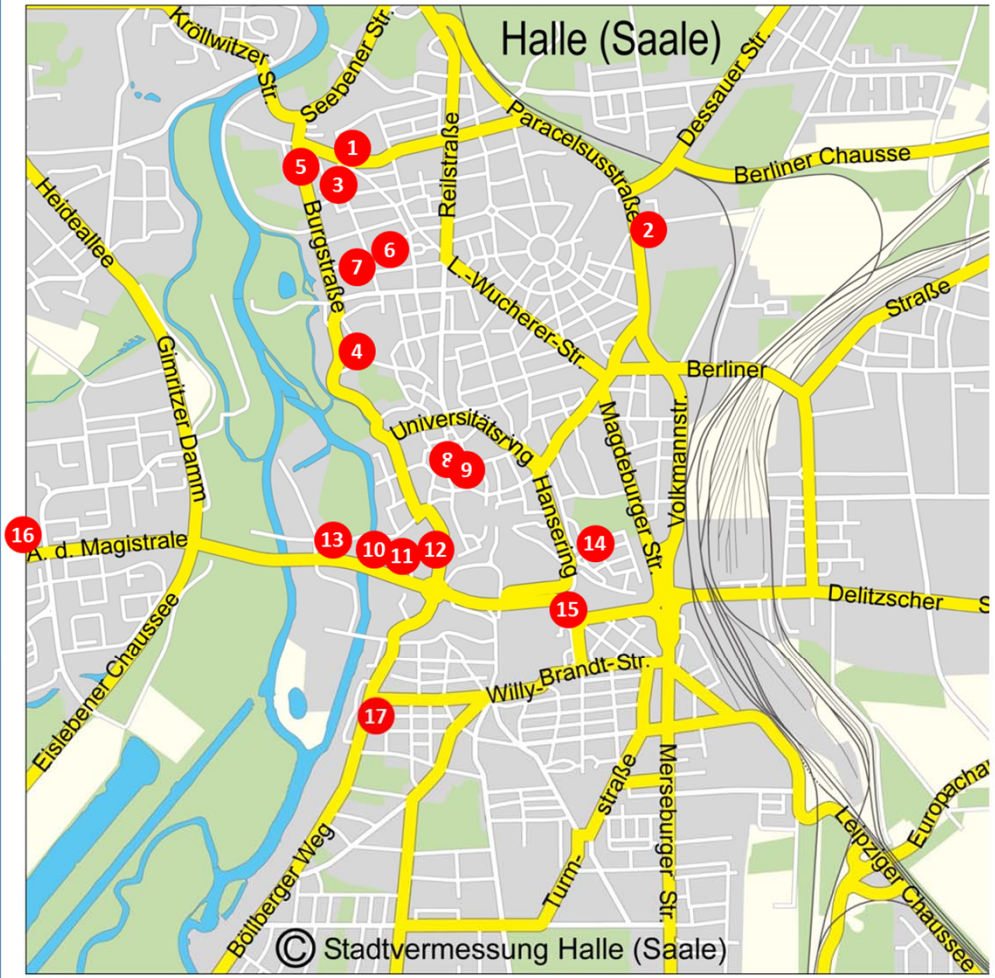


Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. **Beschreibung der MKKW in Halle**
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Bildungsstätten

Gerade im Bereich der Ausbildung ist in der Stadt Halle ein breitflächiges Angebot vorhanden.



Ausbildung im Bereich Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Halle (Saale):

1-4	Burg Giebichenstein Hochschule für Kunst und Design Halle
5	Berufsbildende Schule V
6	Medienanstalt Sachsen-Anhalt
7	Werkleitz-Zentrum für Medienkunst
8	Evangelische Hochschule für Kirchenmusik (EHK)
9	Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Musikwissenschaften
10	International Academie of Media & Arts und Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Medien- und Kommunikationswissenschaften
11	BBI – Akademie für berufliche Bildung
12	Berufsbildende Schule J.C.v. Dreyhaupt und Adolf Reichwein Volkshochschule
13	Hofmann & Partner Fortbildung und Beratung
14	Berufsbildende Schule Friedrich List
15	WBS Training AG
16	Berufsbildende Schule Max Eyth
17	Künstlerhaus 188 und Kompetenzzentrum „Gestalter im Handwerk“

Öffentlich geförderte Inkubatoren

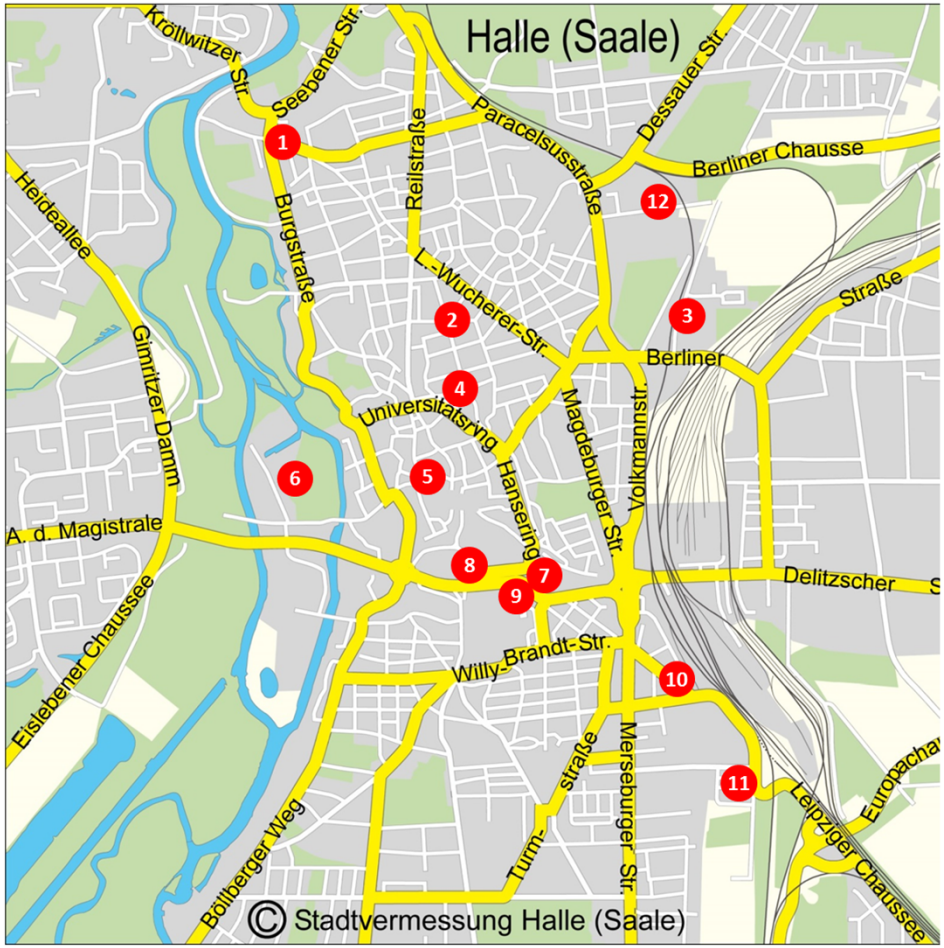
Es existieren derzeit vier öffentlich geförderte Inkubatoren, welche sich geografisch entlang der Saale staffeln.

Öffentlich geförderte Inkubatoren der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Halle (Saale):

1 Burg Giebichenstein Kunsthochschule Halle, Volkspark
2 Designhaus Halle
3 Mitteldeutsches Multimediazentrum Halle (MMZ)
4 Künstlerhaus 188

Quartiere

Neben dem bedeutenden Quartier Burg Giebichenstein existieren noch etliche weitere Ansätze bzw. kreative Konzentrationen.



Quartiere der Medien-, Kultur- und Kreativwirtschaft in Halle (Saale):

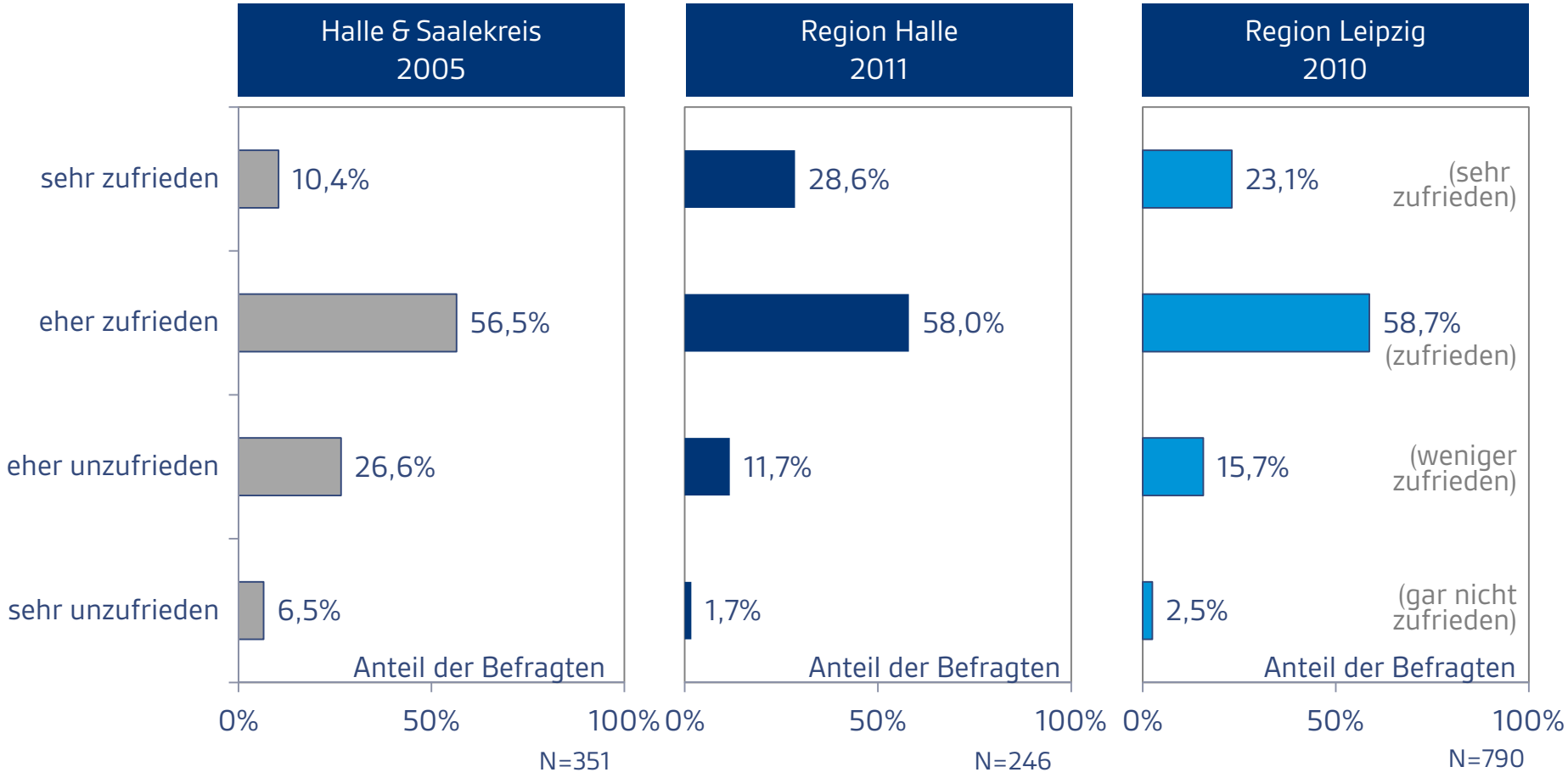
1	Quartier Burg Giebichenstein
2	Ehemaliges Thalia-Theater
3	Berliner Str. 5-7
4	Harz 51
5	Intecta
6	Rockstation-Kultur
7	Studio Halle
8	Goldene Rose
9	coworking & collaborative space
10	Atelierhaus Rudolf-Ernst-Weise-Straße
11	Kommunaler Handwerkerhof Halle (Saale)
12	Hühnermanhattan

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. **Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche**
   - **Bewertung des Standortes**
   - Bekanntheit und Nutzung von Unterstützungsangeboten
   - Einschätzung der Marktentwicklungen
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Standortzufriedenheit

Die Zufriedenheit der Vertreter der MKKW mit dem Standort hat sich seit 2005 deutlich verbessert und befindet sich jetzt etwa auf dem Niveau Leipzigs.

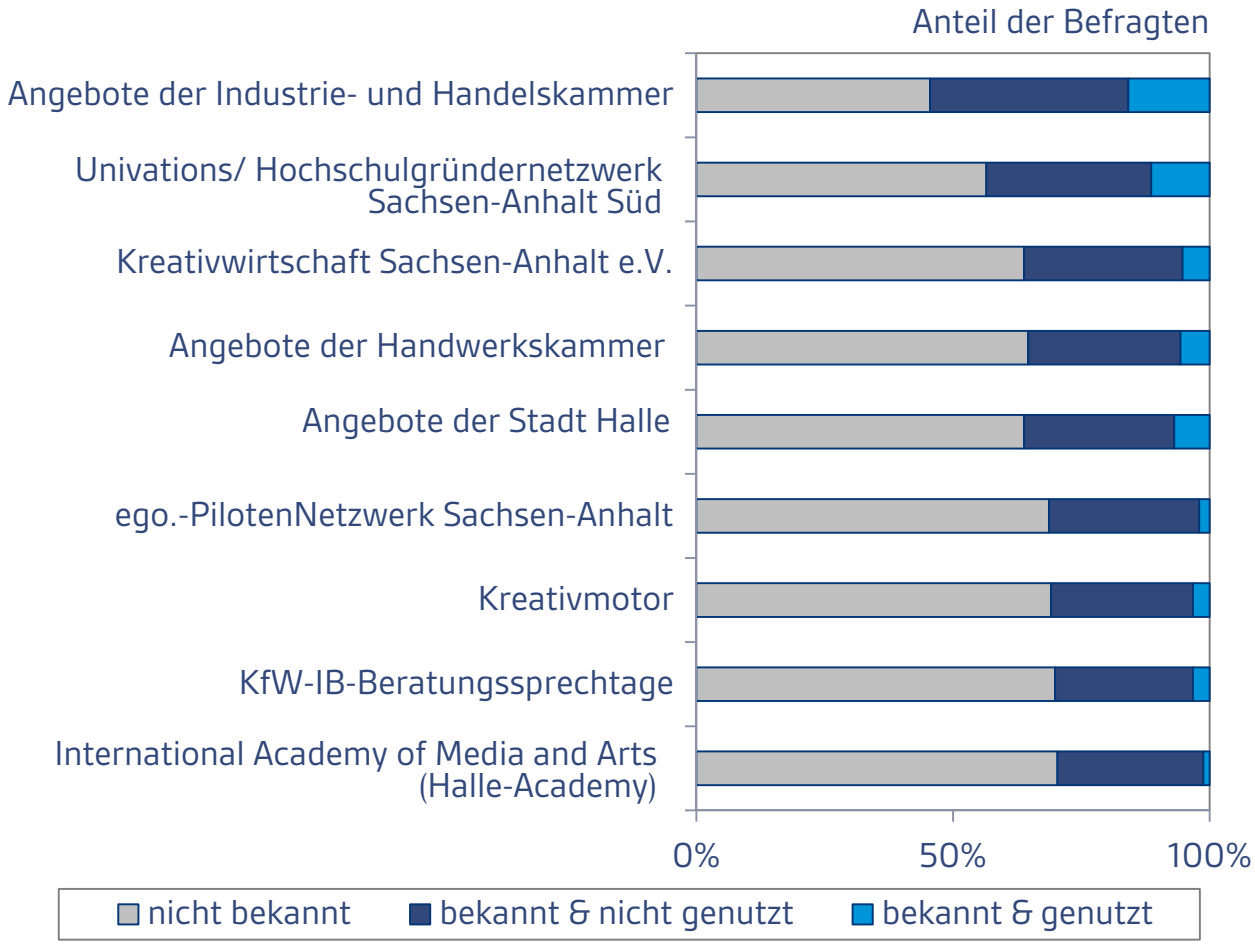


Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. **Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche**
   - Bewertung des Standortes
   - **Bekanntheit und Nutzung von Unterstützungsangeboten**
   - Einschätzung der Marktentwicklungen
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Gestützte Bekanntheit von Initiativen, Verbänden, Clustern

Die höchste gestützte Bekanntheit ist für die Angebote der Industrie- und Handelskammer zu verzeichnen.

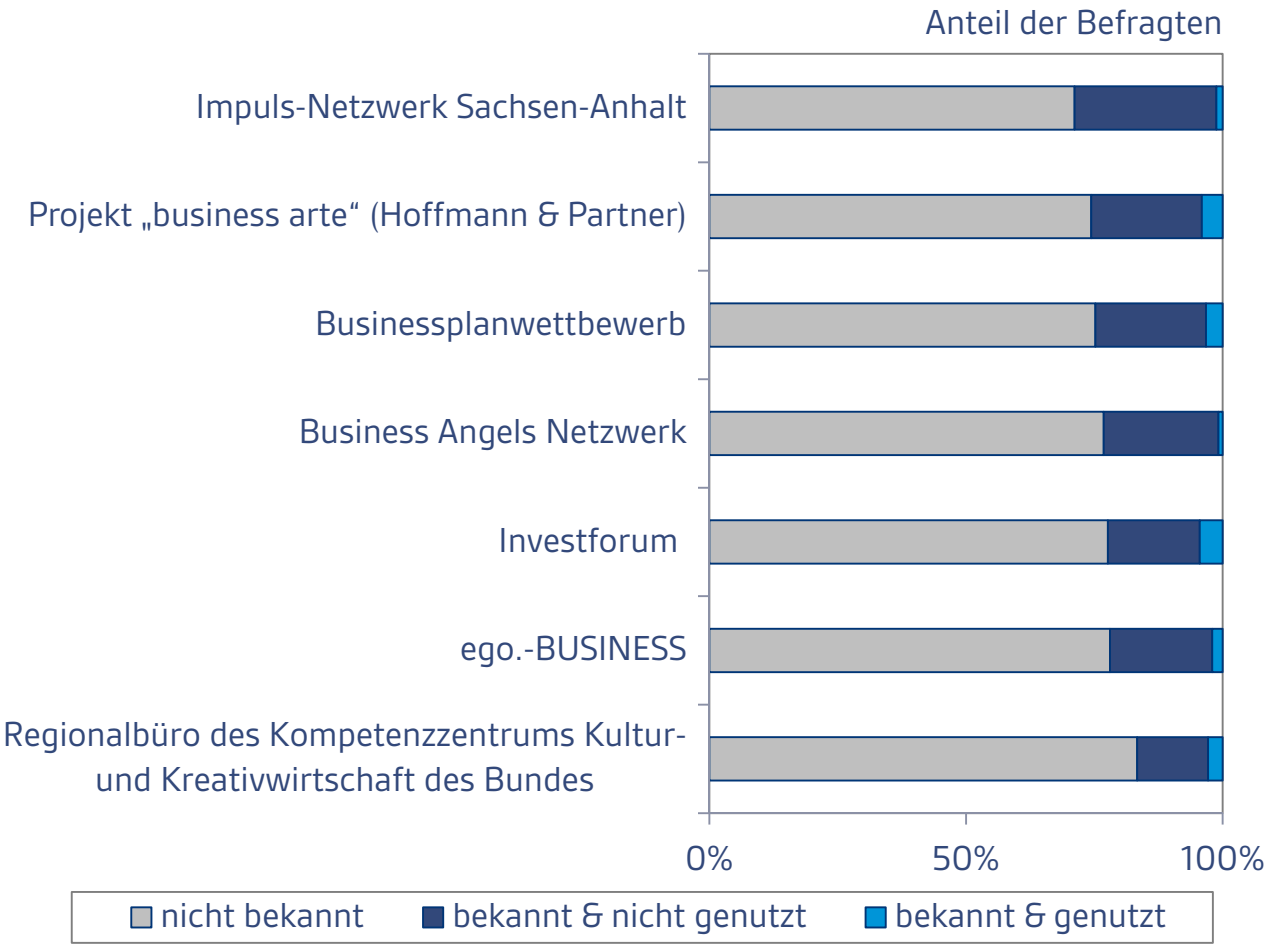


	bekannt	bekannt und genutzt	Nutzungs-grad
Angebote der Industrie- und Handelskammer	39%	16%	29%
Univations/ Hochschulgründernetzwerk Sachsen-Anhalt Süd	32%	11%	26%
Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt e.V.	31%	5%	15%
Angebote der Handwerkskammer	30%	6%	16%
Angebote der Stadt Halle	29%	7%	19%
ego.-PilotenNetzwerk Sachsen-Anhalt	29%	2%	6%
Kreativmotor	28%	3%	11%
KfW-IB-Beratungssprechtage	27%	3%	11%
International Academy of Media and Arts (Halle-Academy)	28%	1%	4%

N=246

Gestützte Bekanntheit von Initiativen, Verbänden, Clustern

Die niedrigste gestützte Bekanntheit verzeichnen das Regionalbüro des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes sowie ego.-Business.

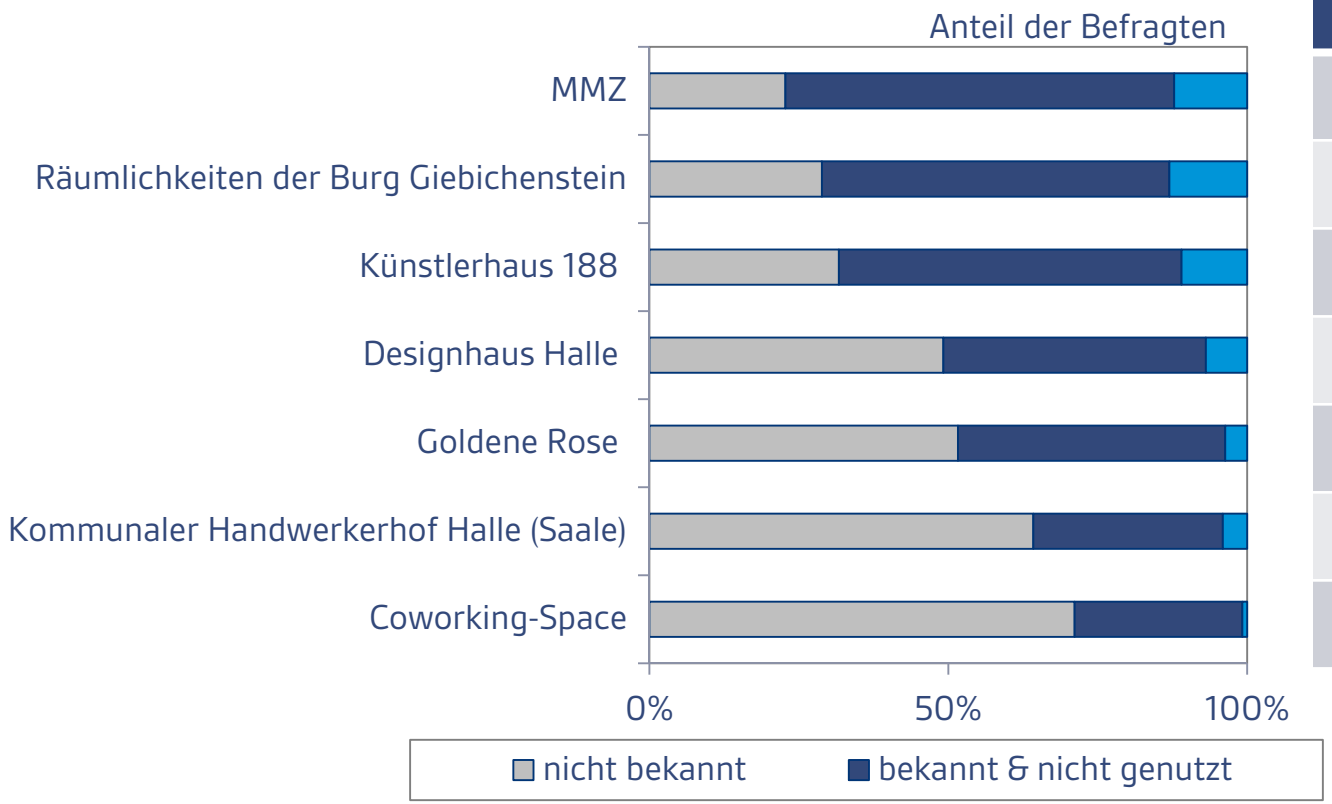


bekannt	bekannt und genutzt	Nutzungs-grad
28%	1%	4%
22%	4%	16%
22%	3%	13%
22%	1%	4%
18%	4%	20%
20%	2%	9%
14%	3%	17%

N=246

Gestützte Bekanntheit von Inkubatoren

Bei den Inkubatoren erreicht das MMZ die höchste Bekanntheit, gefolgt von den Räumlichkeiten der Burg Giebichenstein und dem Künstlerhaus 188.



	bekannt	bekannt und genutzt	Nutzungs-grad
MMZ	65%	12%	16%
Räumlichkeiten der Burg Giebichenstein	58%	13%	18%
Künstlerhaus 188	57%	11%	16%
Designhaus Halle	44%	7%	14%
Goldene Rose	45%	4%	8%
Kommunaler Handwerkerhof Halle (Saale)	32%	4%	11%
Coworking-Space	28%	1%	3%

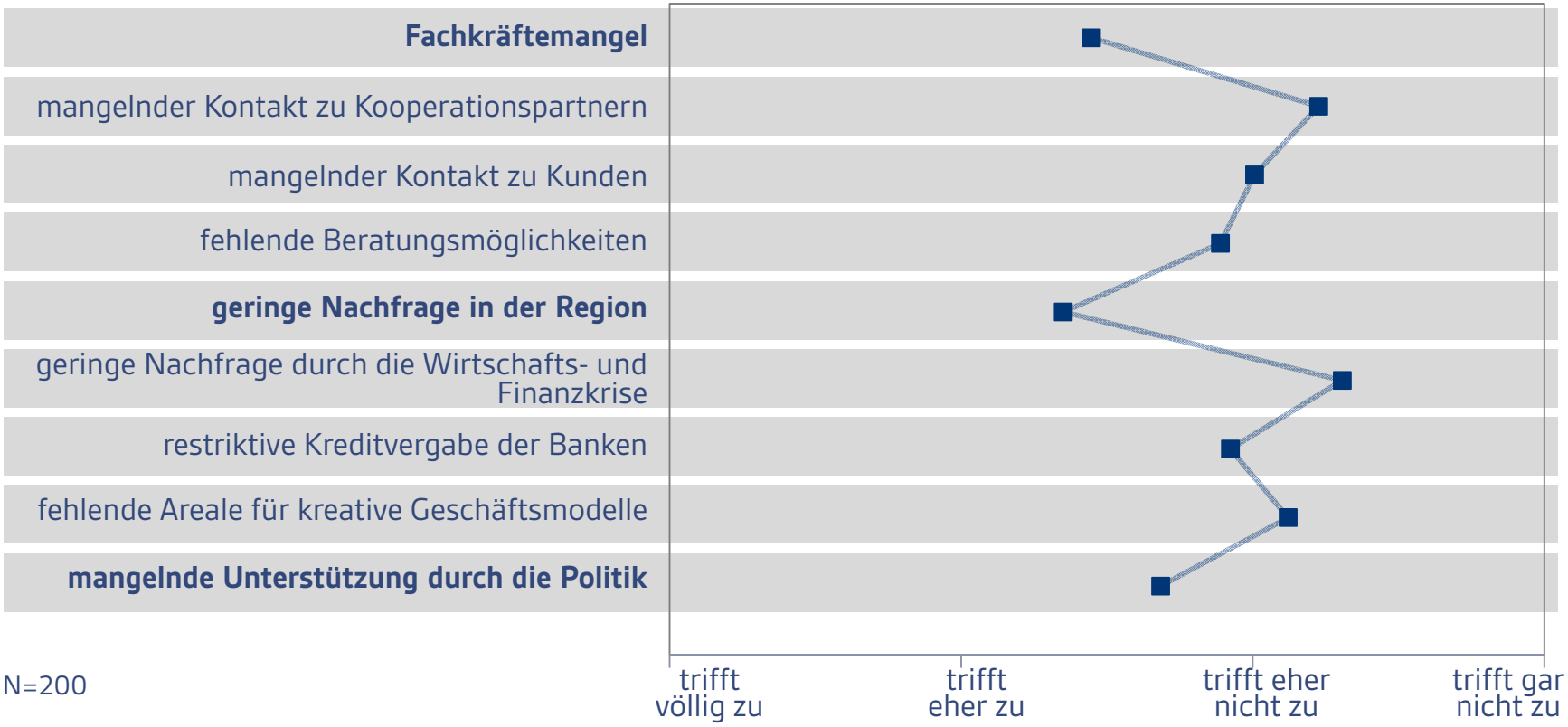
N=246

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. **Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche**
   - Bewertung des Standortes
   - Bekanntheit und Nutzung von Unterstützungsangeboten
   - **Einschätzung der Marktentwicklungen**
5. Fazit und konzeptionelle Überlegungen

Entwicklungshemmnisse und Problembereiche

Vor allem die geringe Nachfrage in der Region aber auch ein empfundener Fachkräftemangel werden als Entwicklungshemmnisse für die Branche genannt.



Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. **Fazit und konzeptionelle Überlegungen**
    - Formulierung von Meta-Zielen
    - Ableitung entsprechender Handlungsfelder
    - Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder

Prozess zur Ableitung von Handlungsfeldern

Die Ableitung von Handlungsfeldern folgt einem 3-stufigen Prozess.

1. Formulierung von Meta-Zielen
(Heterogenität der Teilbranchen, gesamtwirtschaftlicher Beitrag, GRW-Ansatz)

2. Ableitung entsprechender Handlungsfelder
(Analysen und Handlungsfelder Kapitel 2, 3 und 4)

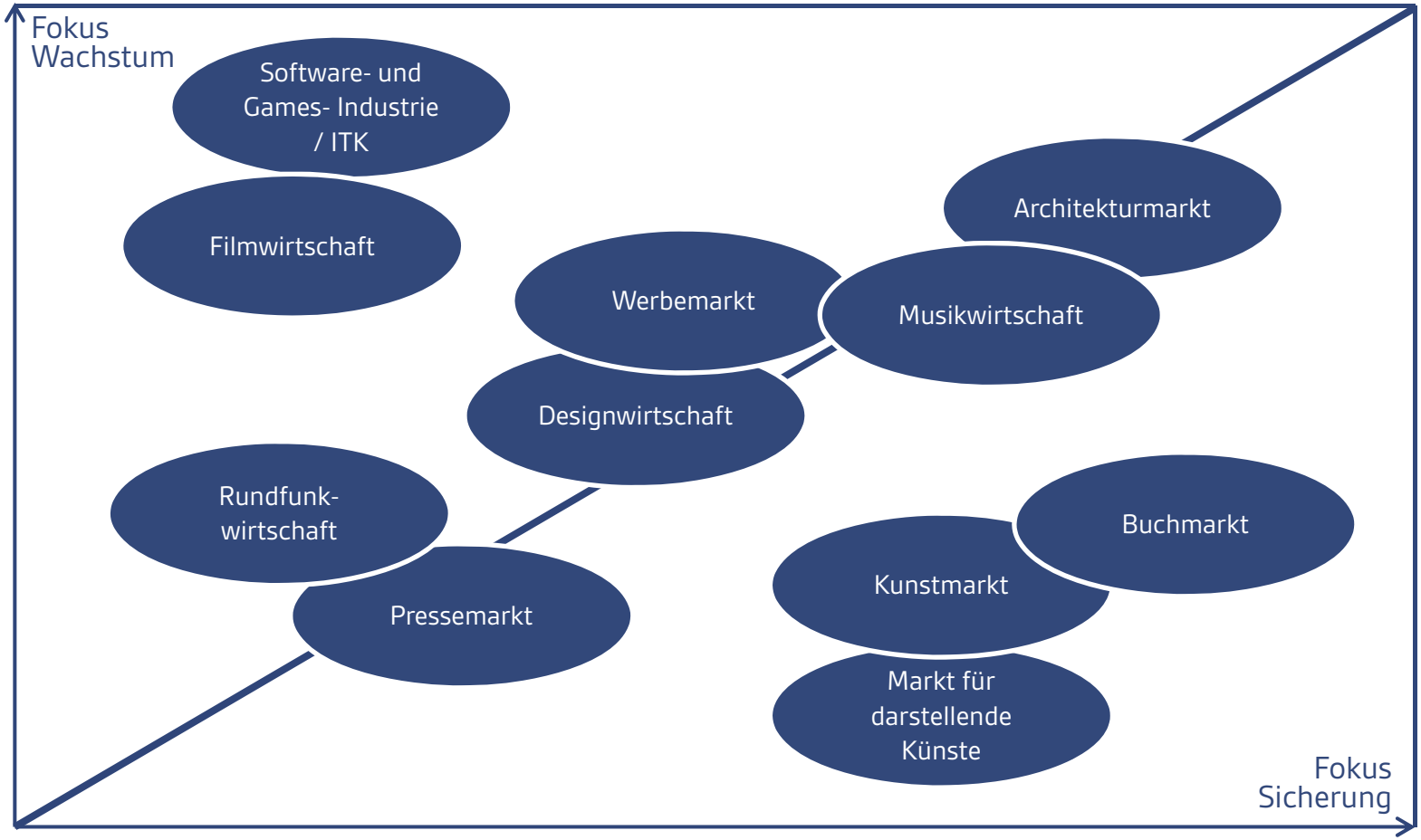
3. Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder
(Priorisierung, Maßnahmen, Beteiligte, Zeiträume)

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. **Fazit und konzeptionelle Überlegungen**
    - **Formulierung von Meta-Zielen**
    - Ableitung entsprechender Handlungsfelder
    - Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder

Formulierung von Meta-Zielen

Die vorhandenen Teilbranchen wurden anhand ihres gesamtwirtschaftlichen Beitrags und ihres Wachstums- und Profilierungspotentials den Schwerpunkten Wachstum und Sicherung zugeordnet.



Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. **Fazit und konzeptionelle Überlegungen**
    - Formulierung von Meta-Zielen
    - **Ableitung entsprechender Handlungsfelder**
    - Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder

Ableitung entsprechender Handlungsfelder

Die Handlungsfelder unterscheiden sich auf Basis der zugeordneten Meta-Ziele. Somit gilt für einzelne Teilbranchen eine schwerpunktmäßig unterschiedliche Ausrichtung.

Wachstum (Software- und Games-Industrie / ITK, Filmwirtschaft, Werbemarkt, Designwirtschaft, Rundfunkwirtschaft)	**Sicherung** (Architekturmarkt, Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Pressemarkt, Markt für darstellende Künste)
Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur (Fokus Erstellung)	**Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur** (Fokus Präsentation)
Unterstützung von Akquisition und Auftragsentwicklung (überregional)	**Unterstützung von Akquisition und Auftragsentwicklung** (regional)
Aus- und Weiterbildung von Personal	
Beratung, Förderung und Kapital	
	Netzwerke und Kooperationen (horizontal)
Standortmarketing (Image und Schaffung von Identifikationspunkten)	**Standortmarketing** (Image und Schaffung von Identifikationspunkten)

Gliederung

1. Projektziel & Vorgehen
2. Struktur der Branche in der Region Halle
3. Beschreibung der MKKW in Halle
4. Einschätzung des Standortes durch Vertreter der Branche
5. **Fazit und konzeptionelle Überlegungen**
   - Formulierung von Meta-Zielen
   - Ableitung entsprechender Handlungsfelder
   - **Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder**

Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder

Zur operativen Ausgestaltung der Handlungsfelder wurde eine Priorisierung der Maßnahmen vorgenommen. Außerdem wurden mögliche Beteiligte vorgeschlagen.

Wachstum (Software- und Games-Industrie / ITK, Filmwirtschaft, Werbemarkt, Designwirtschaft, Rundfunkwirtschaft)		Sicherung (Architekturmarkt, Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Pressemarkt, Markt für darstellende Künste)
Standortmarketing (5.3.1.1 / 5.3.1.2) (Image und Schaffung von Identifikationspunkten)	1	Standortmarketing (5.3.1.1 / 5.3.1.2) (Image und Schaffung von Identifikationspunkten)
Unterstützung von Akquisition und Auftragsentwicklung (überregional) (5.3.2.1)	2	Unterstützung von Akquisition und Auftragsentwicklung (regional) (5.3.3.1)
Beratung, Förderung und Kapital (5.3.2.2)	3	Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur (Fokus Präsentation) (5.3.3.2)
Bereitstellung von Räumen und Infrastruktur (Fokus Erstellung) (5.3.2.3)	4	Netzwerke und Kooperationen (horizontal) (5.3.3.3)
Aus- und Weiterbildung von Personal (5.3.2.4)	5	

Allgemeines Handlungsfeld Standortmarketing

Als übergreifendes Handlungsfeld lässt sich das Standortmarketing identifizieren, was für alle Teilbranchen Effekte zeitigen könnte.

Wachstum
(Software- und Games-Industrie / ITK, Filmwirtschaft, Werbemarkt, Designwirtschaft, Rundfunkwirtschaft)

Sicherung
(Architekturmarkt, Musikwirtschaft, Buchmarkt, Kunstmarkt, Pressemarkt, Markt für darstellende Künste)

Standortmarketing (5.3.1.1 / 5.3.1.2)
(Image und Schaffung von Identifikationspunkten)

1

Standortmarketing (5.3.1.1 / 5.3.1.2)
(Image und Schaffung von Identifikationspunkten)

Allgemeines Handlungsfeld: Standortmarketing - Imagebildung

1/2

Zur Imagebildung ist die Schaffung eines einheitlichen Markenbildes sowie die nachhaltige Bereitstellung von Ressourcen für die Kommunikation notwendig.

Maßnahmen	Mögliche Beteiligte
Schaffung eines einheitlichen und überregional wirksamen Markenbildes „MKKW als Kompetenz der Region Halle“ – Integration bestehender Ideen in eine gemeinsame Marke – Kommunikative Nutzung des „kulturellen Erbes“, sowie der aktuellen Alleinstellungsmerkmale (Designausbildung und medienwirtschaftliche Schwerpunkte) – Wettbewerbsorientierte Abgrenzung von der Medienstadt Leipzig – Nutzung von möglichen Multiplikatoren wie Hochschulen und Leuchtturmunternehmen	Wirtschaftsförderungen Halle, Saalekreis, Merseburg Stadtmarketing Halle
Nachhaltige Bereitstellung von Ressourcen für eine zielgerichtete Kommunikation	Stadt Halle Land Sachsen-Anhalt

Allgemeines Handlungsfeld: Standortmarketing - Imagebildung

2/2

Die Initiierung einer gemeinsamen kommunikativen Aufstellung des Landes Sachsen-Anhalt im Kontext der MKKW würde ebenfalls positiv auf die Imagebildung wirken.

Maßnahmen	Mögliche Beteiligte
Initiierung einer gemeinsamen kommunikativen Aufstellung des Landes – Überregionale Nutzung und kommunikative Schwerpunktbildung zur positiven Einschätzung von Image und Standortfaktoren durch die regionalen Vertreter der MKKW – Nutzung von möglichen Multiplikatoren wie Hochschulen und Leuchtturmunternehmen	Investitions- und Marketinggesellschaft Sachsen-Anhalt Ministerium für Wirtschaft und Wissenschaft Sachsen-Anhalt Staatskanzlei Sachsen-Anhalt Kultusministerium Sachsen-Anhalt Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt Medien

Organisatorische Einbettung

Die beschriebenen Ausgangsbedingungen und Handlungsfelder sollten in regelmäßigen Abständen auf ihre Gültigkeit und Zielgenauigkeit überprüft werden.

1. Formulierung von Meta-Zielen
(Heterogenität der Teilbranchen, gesamtwirtschaftlicher Beitrag, GRW-Ansatz)

2. Ableitung entsprechender Handlungsfelder
(Analysen und Handlungsfelder Kapitel 2, 3 und 4)

3. Operative Ausgestaltung der Handlungsfelder
(Priorisierung, Maßnahmen, Beteiligte, Zeiträume)

Monitoring

Konkrete Handlungsfelder

Konkrete Handlungsfelder und Projekte sind nur durch eine praktische Überprüfung und Priorisierung der gegebenen Handlungsempfehlungen zu erreichen. Hierzu wurden durch die Wirtschaftsförderung der Stadt Halle erste Projekte formuliert.

1. Städtebauliche Entwicklung des Kreativquartiers um MMZ, MDR und Georg-Friedrich-Händel Halle
2. Erstellung Microsite Kreativwirtschaft und Organisation von Netzwerkveranstaltungen
3. Imageentwicklung – Unterstützung Designpreis Halle 2014
4. Weiterentwicklung des MMZ als Zentrum der Kreativwirtschaft

Kontakt

Univations Institut für Wissens- und Technologietransfer
Weinbergweg 23
06120 Halle

Tel.: 0345 13142700
E-Mail: info@univations.de