

medien.barometer 2019/2020: Berlin-Brandenburger Medienunternehmen setzen Diversitäts-Maßnahmen um –Bewusstsein von Diversität als unternehmerischem Erfolgsfaktor wenig ausgeprägt

- medien.barometer berlinbrandenburg 2019/20 mit **Schwerpunkt Diversität:** Repräsentative Befragung der Medienbranchen
- 62% der Medienunternehmen setzen Diversität mit flexiblen Arbeitszeitmodellen um, 41% haben Diversität in der Unternehmensstrategie verankert
- Noch zu wenige Frauen in Führungspositionen – 34 % der Medienunternehmen ohne Frauen in Geschäftsführungs-/Vorstandspositionen
- Nur 12% der Befragten bewerten Diversität als eines der drei wichtigsten Themen für die kommenden zwölf Monate
- 63% der hiesigen Unternehmen sind zufrieden bis sehr zufrieden - ein Anstieg von acht Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr
- 84% erwarten steigende oder gleichbleibende Umsätze
- Erstmals mit Geschäftsklimaindex: leichter Anstieg von 134 Punkten in 2018 auf 139 Punkte in 2019
- 13,5 Milliarden Euro Umsatz in der Medienwirtschaft Berlin-Brandenburg 2017: medien.barometer 2019/20 mit den aktuellen statistischen Zahlen zur Medienwirtschaft

Berlin, 14.01.2020 Flexibilisierung von Arbeitszeit/-ort, Ausrichtung der Unternehmensstrategie und die Auswahl von Bewerber*innen: Das sind die im medien.barometer 2019/2020, einer repräsentativen Befragung der Medienunternehmen der Hauptstadtregion des media:net berlinbrandenburg, am häufigsten genannten Maßnahmen, um Diversität umzusetzen.

62% der Befragten geben an, vor allem durch Flexibilisierung von Arbeitszeit/-ort Diversität umzusetzen. Auch die Verankerung von Diversität in der Unternehmensstrategie (41%) und die Anwendung von Diversitäts-Kriterien bei der Auswahl von Bewerber*innen (30%) sind häufig genannte Maßnahmen. Deutlich seltener wird die Wahrung der Parität bei der Besetzung von Leitungspositionen (12%) genannt sowie die Einrichtung einer eigenen Abteilung. 8% der Befragten geben an, eine*n Diversitäts-Verantwortliche*n benannt zu haben.

International aufgestellte Medienunternehmen beschäftigen häufiger Mitarbeiter*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit

Insgesamt arbeiten in 76% der befragten Unternehmen Menschen mit ausländischer Staatsangehörigkeit. Bei den international aufgestellten Unternehmen sind es 81%, während in nur 58% der Unternehmen ohne internationale Geschäftsbeziehungen Mitarbeiter*innen mit ausländischer Staatsangehörigkeit beschäftigt sind.

Zu wenige Frauen in der Geschäftsführung

Die Medienbranche in Berlin-Brandenburg ist bereits sehr weiblich: 81% der befragten Unternehmen geben an, Frauen in Führungspositionen mit Personalverantwortung (mittleres Management) zu beschäftigen. Dagegen sind in 34% der Unternehmen keine Frauen in Geschäftsführungs-/Vorstandspositionen vertreten.

Pressekontakt:

media:net berlinbrandenburg e.V.

Alice Bucher | Tel: 030 246 85 716 | bucher@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

Zusammenhang von Diversität und Unternehmenserfolg: noch fehlt das Bewusstsein

Nur 12% der Befragten bewerten Diversität als eines der drei wichtigsten Themen für die kommenden zwölf Monate – nach Themen wie technologischen Innovationen (43%), Finanzierung/Förderung (42%), Expansion/Wachstum (39%) oder der Entwicklung digitaler Geschäftsmodelle (37%). Für die Zukunft gilt es daher, das Bewusstsein für die kulturelle und wirtschaftliche Bedeutung divers aufgestellter (Führungs-)Teams zu schärfen.

medien.barometer Geschäftsklimaindex: Berlin-Brandenburger Medienwirtschaft stabil, Unternehmen solide aufgestellt

Die wirtschaftliche Lage der Medienunternehmen in Berlin-Brandenburg ist weiterhin stabil: 63% der Befragten sind zufrieden (43%) bis sehr zufrieden (20%) mit dem Geschäftsverlauf ihres Unternehmens im zurückliegenden Jahr. Das sind acht Prozentpunkte mehr als im Vorjahr (2018: 55%). Auch blicken die Unternehmen optimistisch in die Zukunft: 84% rechnen für die kommenden zwölf Monate mit steigenden (41%) bzw. stabil bleibenden (43%) Umsätzen. Dies ist ein nur leichter Rückgang im Vergleich zum Vorjahr (2018: 86%). Erstmals enthält das medien.barometer berlinbrandenburg 2019/20 einen Geschäftsklimaindex, der die Entwicklung des Geschäftsklimas und die Umsatzerwartungen der Berlin-Brandenburger Medienunternehmen im Zeitverlauf seit 2013 abbildet: Mit insgesamt 139 Punkten erholt sich die Medienwirtschaft nach einem Rückgang 2018 (134 Punkte im Vergleich zu 149 Punkten im Jahr 2017) langsam wieder.

Wirtschaftliche Bedeutung des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in Berlin-Brandenburg

Die aktuellen statistischen Zahlen zur Medien- und Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion bestätigen diese Ergebnisse: Mit 13,5 Milliarden Euro Umsatz im Jahr 2017 (+11,3% im Vergleich zu 2016) stellt die Medienwirtschaft einen Anteil von 29% am Umsatz des gesamten Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft. Das Cluster hat einen Anteil von 14,8 % an der Gesamtwirtschaft.

Andrea Peters, Vorstandsvorsitzende media:net berlinbrandenburg:

„Games-, Musik-, Film-, TV-, Digitalunternehmen, Rundfunk und Verlage. Junge Startups bis etablierte Global Players. Berlin und Brandenburg. Stadt und Land. Seit 18 Jahren erleben wir als media:net berlinbrandenburg, dass Innovationen, neue Produkte, nachhaltige Konzepte und Dienstleistungen besonders da entstehen, wo unterschiedliche Branchen, Persönlichkeiten, Erfahrungen und Kompetenzen aufeinandertreffen, wo bunt gemischte Teams gemeinsam Ideen spinnen. Unsere Mitgliedsunternehmen bestätigen uns: Vielfalt ist ein Erfolgstreiber, aber auch Anspruch und Herausforderung.“

Dr. Matthias von Bismarck-Osten, Generalbevollmächtigter Investitionsbank Berlin (IBB):

„Die Medienunternehmen sind ein starker Pfeiler der Berliner Wirtschaft. Im erstmals erhobenen Geschäftsklimaindex zeigt sich ein steiler Anstieg der Geschäftslage 2019, nachdem sie 2018 leicht geschwächt war. Mit 139 Punkten liegen die Medienschaffenden deutlich über dem Wert der Berliner Gesamtwirtschaft und das ist doch für die Branche ein erfreuliches Signal.“

Pressekontakt:

media:net berlinbrandenburg e.V.

Alice Bucher | Tel: 030 246 85 716 | bucher@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de

Tillmann Stenger, Vorstandsvorsitzender der Brandenburger Förderbank ILB:

„Vielfalt ist ein integraler Bestandteil der modernen Arbeitswelt. Gerade kreative Felder wie die Medienbranche profitieren stark von Mitarbeiter*innen mit ganz unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, Erfahrungen und Lebenswirklichkeiten, die in die tägliche Arbeit und in Schaffensprozesse eingebracht werden können. Diversität ist somit ein zentraler Innovationsmotor der Wirtschaft.“

Helge Jürgens, Geschäftsführer New-Media-Förderung Medienboard Berlin-Brandenburg:

„Der Transformationsprozess der Arbeitswelt betrifft auch das Bewusstsein über die Zusammensetzung von Teams. Mit dem aktuellen medien.barometer haben wir untersucht, wie gut und fair unsere Gesellschaft in Medien und Medienunternehmen repräsentiert ist und die Unternehmen befragt, wie ein gesundes Arbeitsumfeld gefördert werden kann. Ein Ergebnis ist, dass eine höhere Diversität in Unternehmen zu mehr Zufriedenheit und mehr Optimismus führt.“

Über das medien.barometer berlinbrandenburg

Das medien.barometer berlinbrandenburg beleuchtet die Stimmung und die wirtschaftliche Entwicklung einzelner Teilbranchen des Clusters IKT, Medien, Kreativwirtschaft in der Hauptstadtregion. Seit 2004 nimmt die Befragung die aktuellen Einschätzungen sowie die Zukunftsaussichten der Berliner und Brandenburger Unternehmen aus der Medienwirtschaft in den Blick. Das medien.barometer trägt damit dazu bei, die Entwicklungen in der Medienwirtschaft zu verfolgen und in der Zeitreihe abzubilden. Es erlaubt, Dynamik und Trends der Medienwirtschaft aufzuspüren, die Standortarbeit zu evaluieren und Standortaktivitäten abzuleiten. Das medien.barometer 2019/20 beschäftigt sich mit dem Thema Diversität und enthält darüber hinaus die aktuellen Zahlen zum Medienstandort Berlin-Brandenburg. 275 Unternehmen aus Berlin und Brandenburg haben sich an der Befragung beteiligt.

Das medien.barometer berlinbrandenburg ist eine Initiative des media:net berlinbrandenburg. Technologischer Befragungspartner ist TrendResearch. Die Investitionsbank Berlin (IBB) und die Investitionsbank des Landes Brandenburg (ILB) unterstützen als Partner die aktuelle Befragung mit dem Fokus „Diversität“, das Medienboard Berlin-Brandenburg unterstützt sie als Förderer.

Das aktuelle medien.barometer berlinbrandenburg 2019/2020 finden Sie ab 14.01.2020 [hier](#) zum Download.

Pressekontakt:

media:net berlinbrandenburg e.V.
Alice Bucher | Tel: 030 246 85 716 | bucher@medianet-bb.de | www.medianet-bb.de