

Stärken und Schwächen



Prof. Dr. Helmut Scherer, Wittich Schobert, Daniela Krause-Behrens, Thomas Schäffer, Klaus Rus

Die Ergebnisse der von der nordmedia in Auftrag gegebenen Medienklimastudie sollten beim nordmedia-Talk Mitte Dezember 08 in Hannover analysiert und in Handlungsfelder übertragen werden. Logischerweise waren deshalb auch zwei Landtagsabgeordnete auf das Podium im Kino im Künstlerhaus eingeladen denn ›Politik und Förderung sind bestimmende Faktoren des Medienklimas‹ wie Jochen Coldewey der Leiter der nordmedia-Förderung und Moderator des Abends feststellte.

Für die CDU kam Wittich Schobert, der u. a. im Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten und Medien tätig ist. Nach lobenden Worten zu Ergebnissen und Bewertungen regte er an, weiter Akzente auch bei kleineren Produktionen zu setzen denn ›Jeder hat mal klein angefangen‹. Die Frage nach einer Erhöhung der Fördermittel durch das Land konnte er leider an dem Abend nicht positiv beantworten.

Daniela Krause-Behrens von der SPD, ebenfalls im Ausschuss mit dem ›Medienanhängsel‹ tätig, hält einen eigenen Medienausschuss für erforderlich. Mit Blick auf den Medienstandort hält sie es für wichtig, die Förderkulisse kritisch zu hinterfragen. Kann die Finanzierung besser organisiert werden und müssten hier nicht die Banken einbezogen werden? Ebenso müsste die Politik auch Lösungen anbieten, um den in der Studie belegten Fachkräftemangel in künstlerisch-kreativen Arbeitsfeldern zu verringern.

Für Prof. Dr. Helmut Scherer, der zusammen mit Hannah Schmid vom Institut für Journalistik und Kommunikationsforschung Hannover (IJK) die Befragung zur Medienklimastudie im Auftrag der nordmedia durchführte, fehlt den Akteuren in Niedersachsen Selbstvertrauen. Das Land habe als Medienstandort kein Image, die Förderung würde jedoch positiv bewertet. Dies könne sich auch positiv auf die Rahmenbedingungen auswirken. Eine Vielzahl der Befragten sehe ein hohes Entwicklungspotenzial für den Medienstandort, würden aber eine starke Medienpolitik und gute Förderbedingungen fordern. Ebenfalls wünsche man sich die häufigere Förderung von kleineren Projekten.

Für Hannah Schmid sind aus Sicht der Medienforscher jedoch auch größere ›Leuchtturm‹-Projekte wichtig, um die Aufmerksamkeit auf den niedersächsischen Standort zu lenken und so auch dessen Image zu verbessern.

Scherer bestätigte, dass Niedersachsen schon jetzt ein leistungsfähiger Standort sei, der etwas bewegen könne, aber: ›Es ist nicht Hollywood, sondern Niedersachsen!‹

Tatort können wir auch

Klaus Rustmeier, der aus München nach Hannover zog und hier seine Produktionsfirma Millenium TV betreibt, glaubt, dass ein Hauch Hollywood dem Image des Landes und der nordmedia helfen könne.

Darüber hinaus sei mehr Engagement der Banken gefordert um die Finanzierung von Projekten über Banken zu ermöglichen. Gerade kleinen Unternehmen fehle es sonst an Mitteln zur Projektfinanzierung. Ein Problem sieht Rustmeier auch darin, dass es zu wenig Auftraggeber gibt. Zu 99 % sei alles in Niedersachsen vorhanden, was man für Auftragsproduktionen brauche. Einen Tatort könne man deshalb auch mit hier ansässigen Firmen herstellen.

Thomas Schäffer, Geschäftsführer der nordmedia, freute sich über die Ergebnisse der Studie und sah die Arbeit der nordmedia bestätigt. Er betonte, dass die nordmedia bereits viele kleine Projekte fördere und es auch weiterhin ihre Aufgabe sei, Nachwuchsprojekte zu unterstützen. Allerdings seien im Hinblick auf die Effekte auch große Projekte wichtig. So bringe beispielsweise die Telenovela ›Rote Rosen‹ eine große Nachhaltigkeit, da sie erhebliche Beschäftigungseffekte in der Region habe und zudem täglich bundesweit ausgestrahlt werde. Er hält aber zusätzliche Mittel für die neuen Förderbereiche Games und HD für erforderlich. Es sei notwendig, dafür eine eigene Förderung einzurichten, um eine Kannibalisierung der Film- und Fernsehförderung zu verhindern.

Mit Verweis auf Baden-Württemberg machte er zudem deutlich, dass trotz wirtschaftlicher Krise Fördermittel erhöht würden.

Alle Diskutanten waren sich abschließend einig, dass mehr für die Ausbildung an Hochschulen und im Kreativbereich getan werden müsse.

Die komplette Studie ist online unter www.nordmedia.de zu finden.

Karl Maier