

## **Antrag**

**der Fraktion der CDU**

**und**

## **Stellungnahme**

**des Staatsministeriums**

*Verlässliche Politik für Baden-Württemberg  
– Bilanz und Ausblick zur Halbzeit der 13. Legislaturperiode*

### **Medienpolitik in Baden-Württemberg**

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,  
die Landesregierung zu ersuchen  
zu berichten,

1. wie die Landesregierung Situation und Perspektiven
  - a) der privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter
  - b) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks
  - c) der Printmedien Buch, Zeitung, Zeitschriften und Verlage
  - d) mittelständischer Medienunternehmenbeurteilt;
2. wie die Landesregierung die Arbeit der MFG in den Bereichen Film- und Medienentwicklung auch im Vergleich zu anderen Ländern beurteilt;
3. wie der derzeitige Sachstand der Umsetzung
  - a) der Filmkonzeption
  - b) der Konzeption zur Förderung der Populärmusik ist und bewertet wird;

4. wie die Landesregierung die Entwicklung der Filmakademie in Ludwigsburg sowie das Zusammenwirken von Filmförderung, Filmakademie und einer aktiven Standortpolitik bewertet;
5. wie die Landesregierung die Umsetzung des Roland-Berger-Gutachtens im Bereich IT/Medien beurteilt;
6. wie die Landesregierung die neue Kommunikationsstrategie „dolt“ für den Bereich IT und Medien und deren Auswirkungen auf die mittelständischen Medienstrukturen beurteilt;
7. wie sich die Kooperation des Landes mit privaten Fernsehveranstaltern sowie dem SWR und dem ZDF im Bereich der Film- und Fernsehproduktionen entwickelt;
8. wie die Landesregierung die Entwicklung des ZKM, insbesondere im Lichte der aktuellen Evaluierung durch den Wissenschaftsrat bewertet;
9. wie die Landesregierung aus heutiger Sicht die SWR-Rundfunkfusion, insbesondere im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit, erzielte Synergieeffekte sowie Programmangebot beurteilt;
10. wie die Landesregierung die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks in Baden-Württemberg beurteilt;
11. wie die Landesregierung die Neuorganisation im Bereich des privaten Hörfunks beurteilt;
12. wie die Landesregierung die Arbeit der Landesanstalt für Kommunikation, insbesondere im Vergleich zu anderen Landesmedienanstalten beurteilt;
13. wie die Landesregierung mit Blick auf die Informations- und Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts den Aspekten der Vermeidung eines „digital divide“ sowie den Aufgaben der Vermittlung von Medienkompetenz, Medienbildung und des Jugendschutzes Rechnung trägt;
14. wie die Landesregierung die Veränderungen in der Zeitungslandschaft bewertet und welche Konsequenzen daraus zu ziehen sind.

01. 08. 2003

Oettinger  
und Fraktion

*Stellungnahme\*)*

Mit Schreiben vom 9. September 2003 Nr. III-3401.50 nimmt das Staatsministerium namens der Landesregierung zu dem Antrag wie folgt Stellung:

*Der Landtag wolle beschließen,*

*die Landesregierung zu ersuchen*

*zu berichten,*

*1. wie die Landesregierung Situation und Perspektiven*

*a) der privaten Hörfunk- und Fernsehveranstalter*

*b) des öffentlich-rechtlichen Rundfunks*

*c) der Printmedien Buch, Zeitung, Zeitschriften und Verlage*

*d) mittelständischer Medienunternehmen*

*beurteilt;*

Zu 1. a):

– Hörfunk

Nach der Neulizenzierung der baden-württembergischen Regional- und Lokalsender sind weiterhin drei erfolgreiche Regionalveranstalter auf Sendung. Die Anzahl der Lokalsender wurde von 15 in der 2. Hörfunklizenzperiode auf nunmehr 13 reduziert. Insbesondere in der Region Stuttgart fand eine Neustrukturierung statt, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu verbessern. Dort sind die beiden Lokalsender Energy Region Stuttgart für die nördliche Region Stuttgart und „die neue 107,7“ für die Stadt Stuttgart und die östliche Region Stuttgart auf Sendung.

Das Ende 1999 lizenzierte Jugendradio bigFM verfügt inzwischen über eine technische Reichweite von fast 7 Mio. Einwohnern in Baden-Württemberg. Die Versorgung konnte vor allem durch Frequenzoptimierungen vergrößert werden. In diesem Jahr hat bigFM zudem eine Kooperation mit RPR in Rheinland-Pfalz abgeschlossen, aufgrund derer das Programm des Jugendsenders nun auch in Rheinland-Pfalz flächendeckend verbreitet wird. Der Sender entwickelt sich damit zu einem südwestdeutschen Jugendradio, wobei der Bezug zu Baden-Württemberg insofern erhalten bleibt, als bigFM in Rheinland-Pfalz lediglich als Programmlieferant tätig ist.

Die Neustrukturierung der Lokalsendegebiete wirkt sich sehr positiv aus. Dies zeigt sich insbesondere an der Entwicklung der Lokalsender in der Region Stuttgart, die schon ein halbes Jahr nach der Lizenzierung spürbare Reichweitzuwächse realisieren konnten. Um Synergieeffekte zu nutzen und die wirtschaftliche Tragfähigkeit zu steigern, werden auch Kooperationen zwischen den Lokalveranstaltern ermöglicht. Hierbei ist jedoch lizenzrechtlich gewährleistet, dass der Lokalbezug zum jeweiligen Verbreitungsgebiet bestehen bleibt. In einigen lokalen Sendegebiets wird durch eine Pflicht zur Auseinanderschaltung von Frequenzen eine Subregionalisierung ermöglicht. Dadurch soll der exklusive und direkte lokale Bezug des Programms zum konkreten Teilraum des Verbreitungsgebiets sichergestellt werden.

\*) Der Verlängerung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

Durch den Einsatz neuer digitaler Techniken und Möglichkeiten wie z.B. Voicetracking, Automatisierungen und Vorproduktionen können zudem die Programmkosten deutlich reduziert werden. Bei der Vermarktung werden neue Wege angestrebt, um höhere Erlöse aus der nationalen Werbung zu erreichen. Durch die Vermarktung mittels der „Radio Kombi Baden-Württemberg“, die Werbekombinationen mit den privaten regionalen und lokalen Sendern anbietet, konnte die Position der privaten Radios in Baden-Württemberg gegenüber dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk wesentlich verbessert werden.

Im Raum Stuttgart werden inzwischen auch weitere private Hörfunkangebote verbreitet. Seit August 2003 ist auf einer der neu koordinierten Frequenzen auf dem Heizkraftwerk Stuttgart-Münster das Programm Klassik Radio zu empfangen. Des Weiteren wurde ein Musikprojekt (Chart Radio) lizenziert, um der Plattenindustrie die Möglichkeit einzuräumen, unter realen Bedingungen neue Formate, Musik und inhaltliche Gestaltung von Beiträgen, Spots usw. zu testen. Noch in diesem Jahr sollen zwei weitere bundesweit ausgerichtete Hörfunkangebote in Stuttgart lizenziert werden.

Derzeit werden zudem an neun Standorten in Baden-Württemberg insgesamt 17 Programme nichtkommerzieller Lokalveranstalter (NKL) verbreitet, die sich zum Teil eine Frequenz teilen. Die Entwicklung dieser Veranstalter in den vergangenen acht Jahren war insgesamt positiv. Bei den Mitgliederzahlen ist zwischenzeitlich ein gutes Niveau erreicht. Im organisatorischen und programmlichen Bereich ist eine zunehmende Professionalisierung zu beobachten. Gleichwohl bleiben die NKL mit ihren von ehrenamtlichen Programmachern erstellten Sendungen ein bunter Fleck in der Hörfunklandschaft. Sie bieten insbesondere im Bereich der Musik Angebote abseits des Mainstreams. Nach Ablauf der ersten Lizenzierungsperiode wurden nun acht der neun Standorte zum 1. Januar 2004 neu ausgeschrieben. Im Zuge der Neulizenzierung soll auch die frequenztechnische Versorgung so verbessert werden, dass künftig 1 Mio. Einwohner mehr als bisher und damit insgesamt 2,6 Mio. Einwohner die nichtkommerziellen Radios empfangen können.

#### – Fernsehen

Im Bereich Fernsehen ist es in den letzten Jahren gelungen, eine leistungsfähige und wirtschaftlich erfolgreiche regionale Fernsehstruktur zu schaffen. Neben dem schon seit 1986 tätigen Rhein-Neckar-Fernsehen (RNF) versorgen inzwischen eine Reihe weiterer Fernsehveranstalter, wie TV Südbaden, € 3 Bodensee Fernsehen, R.TV Karlsruhe und R.TV Böblingen die Zuschauer mit Informationen aus der Region. Zusätzlich zu den regionalen Must-Carry-Angeboten senden zwei weitere Fernsehveranstalter auf der Basis eines Medienführerscheins.

Der Raum Stuttgart soll nach der Insolvenz von B.TV Württemberg noch im Jahr 2003 wieder ausgeschrieben werden. Eine weitere Ausschreibung ist voraussichtlich im nächsten Jahr für den Raum Ulm geplant. Damit wären dann alle wesentlichen Ballungsräume in Baden-Württemberg mit einem eigenen regionalen Fernsehprogramm versorgt. Gleichzeitig eröffnet diese flächenhafte Abdeckung des ganzen Landes mit Regionalfernsehen bessere Chancen für den Zugang zu nationalen Werbetreibenden. In der seit einigen Jahren bestehenden deutschlandweiten Ballungsraumkombi sind bereits die baden-württembergischen Sender RNF und TV Südbaden vertreten. Es besteht ein großes Interesse, dass einer der leistungstärksten Ballungsräume – der Mittlere Neckarraum – möglichst bald auch wieder über einen TV-Sender verfügt und dieser Bereich ebenfalls mit vermarktet werden kann. Neben der Kooperation verschiedener Fernsehsen-

der gibt es auch eine verstärkte Zusammenarbeit einzelner Fernseh- und Radiosender in der Vermarktung, die gerade in Zeiten rückläufiger Werbeetats geeignet sein könnte, die Einnahmesituation der Sender mit zu stabilisieren.

Die Angebote der regionalen Fernsehveranstalter finden eine gute Resonanz in ihrer jeweiligen Region, sowohl bei den Zuschauern als auch bei den Werbetreibenden. Aufgrund der Tiefe und Breite der regionalen und lokalen Berichterstattung, die so nicht vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk abgedeckt werden kann, erfüllen die privaten regionalen Fernsehveranstalter eine ganz besondere Funktion als Faktor der öffentlichen Meinungsbildung.

Mit dem Ziel, die Rückgänge bei der terrestrischen Verbreitung zu kompensieren und neue technische Plattformen für das regionale Fernsehen zu erschließen, erarbeitet die Landesanstalt für Kommunikation (LFK) derzeit in Zusammenarbeit mit den Veranstaltern und den Landesmedienanstalten in Rheinland-Pfalz und dem Saarland ein Konzept für eine digitale Satellitenverbreitung der regionalen Fernsehveranstalter. Die Veranstalter erhoffen sich hiermit eine Reichweitensteigerung im eigenen Verbreitungsgebiet und zusätzliche Erlöse über die Vermarktung gemeinsam entwickelter Programmelemente.

Anfang dieses Jahres wurde zudem ein landesweiter analoger Kabelkanal an ein Reisevertriebsfernsehen zugewiesen. Der Anbieter „sonnenklar TV“ mit Sitz in Ludwigsburg bietet eine Vielzahl von Reisen in die unterschiedlichsten Länder an. Mit diesem neuen Programmformat konnte die Vielfalt der TV-Angebote in Baden-Württemberg erweitert werden.

Ungeachtet einer stabilen Reichweitenentwicklung der privaten Rundfunkprogramme in Baden-Württemberg, konnte sich dieser Erfolg nicht gleichermaßen auch in der Erschließung des Werbemarktes durchsetzen. Der bundesweit rückläufige Werbemarkt spiegelt sich auch in den Einnahmen der baden-württembergischen Privatsender. So verzeichnen beispielsweise die Sender der Radio Kombi Baden-Württemberg für das erste Quartal 2003 ein Minus von 6,7 % der Bruttowerbeumsätze (Quelle: Kress Report 17/2003). Vor allem im lokalen Bereich sind zahlreiche werbetreibende Unternehmen durch Insolvenzen oder Fusionen dauerhaft weggefallen. Gleichzeitig nimmt die Zahl konkurrierender lokaler Werbeträger wie z. B. die Plakatwerbung, das Direktmarketing oder das Internet zu.

Zu 1. b):

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk deckt sowohl mit seinen Landesprogrammen als auch mit den bundesweit verbreiteten Sendern seinem Grundversorgungsauftrag entsprechend ein inhaltlich breites Themenspektrum in den Bereichen Information, Unterhaltung sowie Beratung ab und wird dies auch in der Zukunft fortsetzen.

Die Krise der Medien hat auch Auswirkungen auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk, der trotz seiner überwiegenden Finanzierung über Gebühren von der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung nicht abgekoppelt ist. Auch er hat aufgrund sinkender Werbeeinnahmen Rückgänge hinnehmen müssen und steht vor der Herausforderung einer ständigen Verbesserung seiner Wirtschaftlichkeit. In diesem Zusammenhang wird von den anderen Ländern die Frage nach einer Begrenzung der öffentlich-rechtlichen Programme diskutiert werden müssen, die im SWR-Staatsvertrag bereits verankert ist.

Zu 1. c):

Die Verlags- und Medienbranche in Baden-Württemberg ist vielfältig und ökonomisch stark. Sowohl große Konzerne wie Holtzbrinck und Burda als auch viele mittelständische Verlage wie z. B. der Klett-Cotta Verlag, Herder Verlag, Deutsche Sparkassen Verlag, Motorpresse-Gruppe, Springer Verlag Heidelberg, Kohlhammer Verlag und Konradin Verlag prägen den Verlagsstandort Baden-Württemberg. Im Verlagsgewerbe in Baden-Württemberg arbeiten rund 50.000 Beschäftigte (2002). Ca. 1.300 Unternehmen (Buch-, Musik-, Zeitungs-, Zeitschriftenverlage, sonst. Verlagsgewerbe) erwirtschafteten im Jahr 2001 rund 7,2 Mrd. € Umsatz.

Starke Auswirkungen auf die baden-württembergische Zeitungsbranche, die sich zurzeit in einem tief greifenden Strukturwandel befindet, haben die derzeit schlechte gesamtwirtschaftliche Situation und die daraus resultierende negative Entwicklung der Werbebudgets. Die Zeitungen leiden im dritten Jahr in Folge unter erheblichen Umsatzrückgängen im Werbegeschäft und unter Auflagenrückgängen. Nach Angaben des Verbands Südwestdeutscher Zeitungsverleger (VSZV) sind die Anzeigenumfänge (jedoch nicht die Umsätze) der Zeitungen im Juni 2003 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 27,4 % zurückgegangen. Dabei waren die schwersten Einbrüche im Bereich der Stellenanzeigen (minus 64,2 %) zu verzeichnen. Rückläufig waren auch Immobilienanzeigen (minus 33,9 %), Kfz-Anzeigen (minus 22 %) und Veranstaltungsanzeigen (minus 20,1 %). Der VSZV hat des Weiteren auf eine rückläufige Auflagenentwicklung hingewiesen (im 2. Quartal 2003 minus 2 %, verglichen mit dem Vorjahreszeitraum). Die Gesamtauflage der baden-württembergischen Zeitungen lag im 2. Quartal 2003 bei 2.191.459 Exemplaren (gegenüber 2.237.290 im Vorjahr). Aufgrund der rückläufigen Anzeigenumfänge sowie der Auflagenverluste ist lt. VSZV auch für das laufende Jahr mit erheblichen Umsatzverlusten zu rechnen (Umsatz minus 5,8 % in 2002, verglichen mit 2001). Erfreulich ist jedoch, dass die Reichweiten der Zeitungen auf hohem Niveau stabil sind: Nahezu vier von fünf Bundesbürgern (77,3 % der über 14-Jährigen) lesen täglich Zeitung.

Da der Werbemarkt stark vom Konjunkturverlauf abhängig ist und ein anti-zyklisches Werbeverhalten kaum feststellbar ist, ist eine Entspannung am Werbemarkt erst dann wieder zu erwarten, wenn sich das ökonomische Klima in Deutschland nachhaltig verbessert.

Zu 1. d):

Insgesamt hat sich die IT- und Medienbranche im Land sehr positiv entwickelt und leistet mit 10 % der gesamten Bruttowertschöpfung (mehr als der traditionell starke Fahrzeug- und Maschinenbau mit jeweils 6 %) einen wesentlichen Beitrag zu Wohlstand und Arbeitsplätzen im Südwesten. Die IT- und Medienunternehmen in Baden-Württemberg, insbesondere die kleinen und mittelständischen Betriebe, entwickeln sich trotz der seit Mitte 2000 andauernden Konsolidierung der Branche robust. So stieg die Zahl der Betriebe nach der letzten verfügbaren Steueraufstellung des Statistischen Landesamtes innerhalb eines Jahres um 2,5 % auf rund 35.200 steuerpflichtige Wirtschaftseinheiten im Jahr 2002. Die überwiegende Mehrzahl sind kleine und mittelständische Unternehmen, die weniger konjunkturabhängig sind als Großbetriebe und selbst in Konsolidierungsphasen Arbeitsplätze schaffen. So hat sich die Beschäftigungszunahme in der Medien- und Kommunikationsbranche erfreulicherweise auch im vergangenen Jahr fortgesetzt. In Baden-Württemberg waren im Jahr 2002 insgesamt 319.000 Menschen in diesen Branchen beschäftigt, das entspricht einem Anteil an der Gesamtbeschäftigung von rund 6,3 % und einer Zunahme gegenüber 2001 von rund 1,5 %. Insbesondere die in Baden-Württemberg oft inhabergeführten Werbe- und

PR-Agenturen haben 2002 für mehr Beschäftigung gesorgt. Aber auch die Datenverarbeitungsdienstleister sowie die Hersteller von Hardware sorgten für einen Stellenzuwachs.

Erfreulicherweise ist die Zahl der Insolvenzen im Vergleich zu anderen Bundesländern in den genannten Branchen geringer. Dies steht offenbar im Zusammenhang mit einem konservativeren Finanzierungsverhalten in den Zeiten des so genannten Internet- und E-Business-Hypes der Jahre 1999 und 2000. Hierzulande hat sich das Platzen der „DotCom-Blase“ und der Technologie-Crash moderater ausgewirkt als in Gesamtdeutschland.

Bedingt durch die Bestimmungen von Basel II zur Fremdkapitalfinanzierung ist ein erhöhter Beratungsbedarf bezüglich alternativer Finanzierungsmethoden und entsprechender Partner zu verzeichnen. Von der bei der MFG Medienentwicklung eingerichteten Anlaufstelle „Branchenberatung/Internationale Unternehmenszusammenarbeit“ wurden über 280 Firmen beraten und zum Teil betreut. Das bei der MFG in den letzten Jahren aufgebaute Netzwerk an Investoren, Spezialisten, Branchenkennern und potenziellen Kooperationspartnern leistet den Unternehmen der IT- und Medienwirtschaft eine wichtige Hilfestellung. Flankiert wird diese Beratung durch ein Angebot an Veranstaltungen und Seminaren, in denen Fachreferenten praktisches Management-Wissen auf allen unternehmerischen Ebenen vermitteln (vgl. auch Nr. 6).

Weltweiter Handel und grenzüberschreitende Investitionen gehören zu den wichtigsten Voraussetzungen für Wachstum und Beschäftigung in Deutschland. Daher wird zunehmend eine Internationalisierung der Geschäftstätigkeit auch mittelständischer IT- und Medienunternehmen notwendig. Jeder dritte € wird im Ausland verdient. In der Industrie hängt bereits jeder dritte Arbeitsplatz davon ab, dass deutsche Produkte und Dienstleistungen sich auf den Weltmärkten durchsetzen. Die Einbindung in die weltwirtschaftliche Arbeitsteilung wird in Zukunft auch für die IT- und Medienunternehmen noch wichtiger.

Die Unternehmen im IT- und Medienbereich selbst haben trotz der Branchenkrisen insgesamt positive Zukunftserwartungen: Das belegen zwei voneinander unabhängig erstellte aktuelle Studien in den beiden wichtigsten IT- und Medienräumen des Landes, Stuttgart und Karlsruhe. Die Studie, die von der Region Stuttgart im Frühjahr 2003 durchgeführt wurde, zeigt deutlichen Optimismus: Von den 830 befragten IT- und Medienbetrieben wurde die zukünftige Beschäftigungs- und Umsatzentwicklung mehrheitlich positiv eingeschätzt. Über die Hälfte geht von einer stabilen Beschäftigung aus, rund ein Drittel erwartet sogar einen Zuwachs. Auch in der Region Karlsruhe wird nach einer im Frühjahr 2003 veröffentlichten Studie der TechnologieRegion Karlsruhe die Situation von der regionalen IT-Branche deutlich besser beurteilt als von vergleichbaren Unternehmen im übrigen Deutschland. Insbesondere die Rahmenbedingungen in der Region Karlsruhe, vor allem hinsichtlich Unternehmensneugründungen, werden sehr gut beurteilt.

Einen wichtigen Standortimpuls leistet im Rahmen der IT- und Medienoffensive doIT (vgl. auch Nr. 6) die Anfang 2003 von der Landesregierung gemeinsam mit dem Landesverband der Industrie, den IHKs und ihren E-Commerce-Kompetenzzentren, dem Handwerkstag und mehreren Wirtschaftsverbänden gestartete Mittelstandsinitiative ebigo.de. „Ebigo.de – E-Business. IT. Antworten für den Mittelstand“ bietet Know-how, Praxistipps und Entscheidungshilfen speziell für kleine und mittelständische Unternehmen und fördert die Vernetzung von Anwendern und Anbietern von Informationslösungen. Mittelständische Anbieter von Informationstechnologien erhalten Zugang zu einem wachsenden Markt und können in Rückkopplung zu ihren Kunden er-

fahren, welche Lösungen in Zukunft erwartet werden. Rund 5.000 Internet- und IT-Dienstleister sind über die ebigo.de-Firmendatenbank erreichbar. Daneben hilft ein tagesaktuelles Internetangebot mit konkreten Best-Practice-Beispielen, monatlichen Leitthemen und zahlreichen Praxistipps kleinen und mittelständischen Unternehmen im Land, durch den Einsatz von Informationstechnologie neue Wettbewerbspotenziale zu erschließen. Hinzu kommen Hinweise auf Veranstaltungen, Beratungsangebote und Marketingmaßnahmen, mit denen dem Mittelstand in schwierigen Zeiten neue Impulse gegeben und Rationalisierungs- sowie Marktpotenziale aufgezeigt werden sollen.

Die private Wirtschaftsinitiative Baden-Württemberg: Connected e.V. (bwcon), die sich seit über 6 Jahren für die IT- und Medienunternehmen im Land einsetzt, hat sich seit ihrer Gründung zu einem der größten regionalen Branchennetzwerke für Informationstechnologie und HighTech in Europa mit rund 400 Mitgliedern entwickelt und leistet einen wichtigen Beitrag zur Vernetzung der Unternehmen untereinander, aber auch zwischen Unternehmen und Wissenschaft. Rund 2.500 Experten aus Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie Hochschul- und Forschungseinrichtungen nutzen bwcon als Plattform, tauschen Informationen aus und kooperieren. Ein Schwerpunkt der Arbeit ist die Einrichtung eines „Clusters Unternehmenssoftware“ gemeinsam mit der Landesregierung Baden-Württemberg. Darüber hinaus bietet bwcon ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm sowie Gründungs- und Expansionsberatung an und führt den jährlichen bwcon:award CyberOne durch. Mit diesem Business-Plan-Wettbewerb werden innovative Unternehmen in Baden-Württemberg identifiziert, ausgezeichnet und gefördert. Seit 1999 wurden im Rahmen des CyberOne über 300 Businesspläne bewertet, über 330.000 € Preisgelder vergeben und über 100 Mio. € Beteiligungskapital mobilisiert.

Im Übrigen arbeitet die MFG Medienentwicklung als Brancheneinrichtung seit vielen Jahren sehr erfolgreich mit den regionalen Initiativen wie dem Medienforum Freiburg, dem Cyberforum Karlsruhe, der Initiative Medien-Region Stuttgart, der Medieninitiative Ravensburg und vergleichbaren Protagonisten im ganzen Land zusammen. Im regelmäßig tagenden „Arbeitskreis Regionale IT- und Medienentwicklung“ findet ein ständiger Austausch zwischen diesen Initiativen, Wirtschaftsförderern und den Verantwortlichen für doIT statt mit dem Ziel, Parallelarbeit zu vermeiden, Synergien zu schaffen und größtmöglichen Nutzen für den Standort zu erreichen.

## *2. wie die Landesregierung die Arbeit der MFG in den Bereichen Film- und Medienentwicklung auch im Vergleich zu anderen Ländern beurteilt;*

### *– Bereich Filmförderung*

Die MFG Filmförderung hat in ihrem Kernbereich, der Produktionsförderung, in den letzten drei Jahren gegenüber anderen Landesförderinstitutionen deutlich aufgeholt. Nach Bayern, Nordrhein-Westfalen, Berlin-Brandenburg und der Mitteldeutschen Filmförderung liegt sie vom Fördervolumen her an fünfter Stelle, also bereits vor Hamburg. Im Vergleich der Länder liegt Baden-Württemberg sogar an dritter Stelle, weil die Filmförderung Berlin-Brandenburg und die Mitteldeutsche Filmförderung mehrere Länder abdecken.

Parallel zur Steigerung der Produktionsförderung wurde auch die Kino- und Festivalförderung deutlich erhöht. Insgesamt erreicht die baden-württembergische Filmförderung im Jahr 2003 ein Gesamtvolumen von rund 13 Mio. €. Die Mittel stammen zum einen aus den Gesellschafterbeiträgen



des SWR und des Landes, ferner vom ZDF sowie aus weiteren Zuschüssen des Landes, u.a. für die Kooperation mit SAT.1.

Die bedarfs- und zielgerichtete Priorisierung der Filmförderung als ein zentraler Schwerpunkt der Medienpolitik des Landes trägt inzwischen Früchte in einer eindrucksvollen Zahl von Erfolgen und Preisen für MFG-geförderte Filme. Die Filmförderung Baden-Württemberg genießt bundesweit hohes Renommee. Auch die wirtschaftlichen Effekte sind nicht zu übersehen: Während an den Film- und Medienstandorten München und Köln wegen dramatischer Einbrüche auf dem Fernseh-, Film- und Medienmarkt deutliche Abwanderungstendenzen zu registrieren sind bzw. ein Überangebot an Fachkräften aller Art beschäftigungslos oder mit fachfremden Beschäftigungen verbleibt, ist die Situation in Baden-Württemberg vergleichsweise stabil. Erfreulicherweise steigt das Interesse von Fernsehsendern an baden-württembergischen Produktionsfirmen sowie an Filmproduktionen in Baden-Württemberg.

Die MFG Filmförderung flankiert ihre Förderpolitik mit zahlreichen weiteren Maßnahmen (vgl. auch die Ausführungen zur Filmkonzeption – Nr. 3 a). Die individuelle Betreuung der Produzentenlandschaft und insbesondere die Vernetzung von Filmproduktionsfirmen mit dem SWR, Privatsendern und Banken sieht die MFG als eine ihrer zentralen Aufgaben. Insofern nimmt die MFG auch eine wichtige standortpolitische Funktion wahr. Auch der nationalen und internationalen Außendarstellung des baden-württembergischen Films misst die MFG in ihren vielfältigen Aktivitäten wichtige Bedeutung zu.

Die MFG Filmförderung ist auch maßgeblich beteiligt am Ausbau Baden-Württembergs zu einem Standort mit besonderer Kompetenz im Bereich der Animation und der Visual Effects. Mit dem inzwischen vorhandenen Know-How der baden-württembergischen Firmen, dem neuen Institut für Animation, Visual Effects und digitale Postproduktion (vgl. Ziff. 4) und dem differenzierten Förderspektrum der MFG bestehen gute Voraussetzungen, hochwertige internationale Produktionen nach Baden-Württemberg zu holen.

Die aufgezeigten Fördermaßnahmen der letzten Jahre haben dem Filmstandort Baden-Württemberg im Ländervergleich einen deutlichen Schub verschafft. Sie werden ihre volle Wirkung aber nur dann entfalten können, wenn von der MFG mit Unterstützung des Landes die konsequente Weiterentwicklung des Standorts betrieben wird und den erzielten Erfolgen damit die nötige Nachhaltigkeit verliehen werden kann.

#### – Bereich Medienentwicklung

Die MFG Medienentwicklung hat sich in den acht Jahren ihres Bestehens von einer Einrichtung für den Bereich der klassischen und interaktiven Medien zu einer Einrichtung für die Medien-, IT- und HighTech-Branche entwickelt. Das Budget der MFG Medienentwicklung betrug bei Gründung im Jahr 1995 rund 500.000 € und hatte einen Drittmittelanteil in Höhe von 0,75 %. Im Jahr 2002 wies das Budget der MFG rund 5 Mio. € aus, davon konnten über 50 % durch Aufträge und Drittmittel selbst erwirtschaftet werden. Daneben wurden weitere Förder- und Projektbudgets von über 4,5 Mio. € unter anderem für Land, Landesstiftung und weitere Projektmanagement-Kunden betreut, so dass insgesamt ein Geschäftsvolumen von rund 10 Mio. € bewegt wurde.

Die MFG Medienentwicklung betreibt die Standortentwicklung zunächst im Bereich der klassischen und interaktiven Medien, dann in der Informa-

tionstechnologie und darauf aufbauend auch im HighTech-Umfeld. Ihre Kunden und Partner sind Unternehmen, Verbände, Hochschulen, Forschungseinrichtungen, Ministerien und öffentliche Institutionen. Grundlage ist das Konzept der Clusterbildung. Dabei spielt zunehmend die Vernetzung mit anderen HighTech-Clustern wie Automobilbau oder Produktionstechnik eine wichtige Rolle.

Beispiele ausgewählter Projekte und Aktivitäten in den Kernkompetenzbereichen der MFG, den Geschäftsfeldern Beratung/Förderung, Projektmanagement, Veranstaltungen/Weiterbildung und Kommunikation/Marketing:

- a) Im Bereich des Geschäftsfelds Beratung/Förderung erfolgen die Konzeption von Förderprogrammen, die Entwicklung von Projektinnovationen, z.B. des integrierten Ansatzes zur Entwicklung des Clusters Unternehmenssoftware, die Akquise von EU-Mitteln, die Kontaktvermittlung für Unternehmen in der IT-Medienbranche und die Beratung von Verbänden, Regionen und Kommunen. Die Anlaufstelle „Branchenberatung/Internationale Unternehmenszusammenarbeit“ (vgl. auch Ausführungen zu Nr. 1 d) unterstützt baden-württembergische Unternehmen u.a. durch Kontaktvermittlung zu relevanten Ansprechpartnern auch bei der Erschließung neuer Märkte. So konzipiert die MFG derzeit ein Projekt, das mit Blick auf die EU-Osterweiterung 2004 Unternehmen der IT- und Medienbranche ab November 2003 über die sich ändernden internationalen Rahmenbedingungen informiert.
- b) Im Rahmen des Projektmanagements steuert die MFG Medienentwicklung Brancheninitiativen, Förderprogramme und Bildungsmaßnahmen. Sie koordiniert internationale Projekte, betreut Internet-Plattformen und führt die Geschäfte für die Wirtschaftsinitiative Baden-Württemberg: Connected (bwcon), eines der erfolgreichsten regionalen IT-Branchennetzwerke in Europa. Die Projekte reichen von den Kommunikationsmaßnahmen für die IT- und Medienoffensive doIT über das PC- und Internet-Einsteigerprogramm „start und klick!“ der Landesstiftung, die europäische E-Content-Initiative „ACTeN“ bis zur Clusterentwicklung Unternehmenssoftware.
- c) Im Tätigkeitsbereich Veranstaltungen/Weiterbildung organisiert die MFG Medienentwicklung professionelle Seminare, Fachkonferenzen, Events und Kongresse. Außerdem werden durch zahlreiche öffentlichkeitswirksame Wettbewerbe Best-Practice-Lösungen und innovative Ideen bekannt gemacht, z.B. im Zusammenhang mit dem seit 1997 erfolgreich durchgeführten DMMK Deutscher Multimedia Kongress, die Verleihung des Deutschen Multimedia Awards oder die Durchführung des erfolgreichen regionalen Business-Plan-Wettbewerbs CyberOne im Rahmen der Geschäftsführung von Baden-Württemberg: Connected.
- d) Im Geschäftsfeld Kommunikation/Marketing betreibt die MFG Medienentwicklung Öffentlichkeitsarbeit und Standortmarketing, gibt journalistisch hochwertige Publikationen heraus, beispielsweise die „Stuttgarter Beiträge der Medienwirtschaft“, eine gemeinsame Reihe mit der Stuttgarter Hochschule der Medien, und betreut mehrere tagesaktuelle Internetangebote, wie „doIT-online.de“. Dabei stützt sie sich auf ein seit 1995 kontinuierlich aufgebautes Informationszentrum mit Forschungs- und Markt-Know-how sowie ihren umfangreichen Datenbestand rund um IT, Medien und HighTech in Baden-Württemberg mit über 64.000 Einträgen.

In Deutschland gibt es in den einzelnen Ländern unterschiedliche Modelle zur Förderung des IT- und Medienbereichs. Der MFG Medienentwicklung mit ihren Dienstleistungen und Aktivitäten kommt sowohl mit Blick auf Produktportfolio und Nachhaltigkeit, aber auch unter dem Aspekt der Professionalität der Arbeit im Ländervergleich eine führende Position zu. So wurden beispielsweise vergleichbare Einrichtungen in Niedersachsen und dem Saarland nach dem Muster der MFG konzipiert. Die wichtigsten Initiativen und Einrichtungen anderer Bundesländer, mit denen die Standortentwicklung und Arbeit der MFG verglichen werden können, sind in Bayern die Software-Offensive Bayern, in NRW die NRW Medien GmbH sowie in Niedersachsen/Bremen die nordmedia GmbH. Diese bearbeiten teilweise die gleichen Themen, decken aber jeweils ein nicht so umfangreiches Themenspektrum wie die MFG ab. Andere Institutionen, wie die bayerische Initiative „go to Bavaria“, deren Hauptziel die Ansiedlung von Unternehmen im Bereich Medien, Informations- und Kommunikationstechnik ist, sind insoweit nicht unmittelbar mit der MFG vergleichbar. Darüber hinaus gibt es in einzelnen Ländern Institutionen, die sich mit speziellen Themen wie Multimedia z.B. hamburg@work – Förderkreis Multimedia e.V. befassen und insoweit in Umfang und Vielfalt des Aufgabenspektrums nicht dem breiten Tätigkeitsprofil der MFG Medienentwicklung entsprechen.

### *3. wie der derzeitige Sachstand der Umsetzung*

#### *a) der Filmkonzeption*

#### *b) der Konzeption zur Förderung der Populärmusik*

*ist und bewertet wird?*

Zu 3. a):

Die Filmkonzeption des Landes wurde im Oktober 2000 veröffentlicht. Sie enthielt eine Vielzahl von Einzelempfehlungen zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Filmstandorts Baden-Württemberg. Der Großteil der Empfehlungen wurde von der Landesregierung inzwischen umgesetzt. Teilweise wurden weitergehende Maßnahmen getroffen, die über die Empfehlungen der Konzeption hinausgingen. Im Einzelnen stellt sich der Stand der Umsetzung wie folgt dar:

- Verbesserung der Situation für die Unternehmen der privaten Filmwirtschaft

Die deutliche Erhöhung der MFG-Fördermittel sowie die Kooperation des Landes mit dem SWR, dem ZDF sowie privaten Fernsehsendern haben zu einer spürbaren Erhöhung des Produktionsvolumens in Baden-Württemberg geführt (vgl. Ausführungen zu Nr. 7). Trotz der schwierigen wirtschaftlichen Situation der Medienbranche fand eine Reihe von Firmengründungen und -ansiedlungen statt, insbesondere im Umfeld der Filmakademie. Ein Schwerpunkt ist dabei der Bereich der Animation und der Visual Effects (vgl. Ausführungen zu Nr. 4). Zudem konnten im Gegensatz zu anderen Standorten Firmenkurse und Abwanderungen weitgehend vermieden werden.

- Ausbildung im Filmbereich

Die in der Filmkonzeption vorgesehene Weiterentwicklung der Filmakademie in Ludwigsburg wurde in vollem Umfang umgesetzt. Mit der Grün-

derung des Instituts für Animation, Visual Effects und digitale Postproduktion wurde außerdem die besondere Kompetenz der Filmakademie in diesem Bereich zusätzlich verstärkt (vgl. Ausführungen zu Nr. 4).

Im Bereich der Schauspieler-Ausbildung ist die Landesregierung bestrebt, dem in der Filmkonzeption festgestellten hohen Bedarf an Schauspielern für den Film- und Fernsbereich und der Notwendigkeit eines stärkeren Praxis-, Projekt- und Medienbezuges bei der Ausbildung an den Musikhochschulen, Kunstakademien und der Filmakademie künftig noch besser Rechnung zu tragen.

– Beratung, Förderung und Finanzierungsmodelle

Bei der MFG Filmförderung wurde, wie in der Filmkonzeption empfohlen, eine Zentrale Beratungsstelle für Unternehmen der Filmwirtschaft geschaffen. Regionale Beratungsstellen wurden mit Unterstützung der MFG Filmförderung für die Region Stuttgart, die Region Bodensee-Oberschwaben, das Rhein-Neckar-Dreieck und die Region Freiburg/Südbaden eingerichtet. Für die Region Karlsruhe/Baden-Baden ist ebenfalls eine Beratungsstelle vorgesehen. Die Verhandlungen darüber sollen noch in diesem Jahr abgeschlossen werden.

Die Realisierung eines koordinierten Internet-Auftritts der im Filmbereich tätigen Institutionen sowie einer landesweiten Location-Datenbank steht ebenfalls kurz vor dem Abschluss.

Die Filmförderrichtlinien der MFG wurden entsprechend den Empfehlungen der Filmkonzeption weiter entwickelt: Der so genannte „Baden-Württemberg-Effekt“, also das Verhältnis der im Land ausgegebenen Produktionskosten zum Landeszuschuss, wurde von 100 % auf 120 % der Fördersummen erhöht und liegt in der Praxis sogar deutlich höher. Die bisherigen Zuschüsse für Produktionsförderungen wurden in Darlehen umgewandelt. Für interaktive Projekte mit filmrelevanten Inhalten wurde eine „Digital-Content“-Förderung entwickelt. Ebenfalls neu ist eine „Incentive-Funding“-Förderung, mit der Filmproduktionsfirmen schon in der Entwicklungsphase ihrer Filmprojekte zusätzlich unterstützt werden können.

Die Filmfördermittel wurden wie in der Filmkonzeption empfohlen deutlich erhöht. Im Jahr 2003 betragen sie rund 13 Mio. €.

– Kinos, Festivals und Preise

Die Mittel für Kinoprogrammprämien zur Auszeichnung von qualitätsvollen Jahresprogrammen und der Maximalbetrag für Innovationsdarlehen an gewerbliche Filmtheater wurden im vorgesehenen Umfang erhöht.

Bei den großen Filmfestivals im Lande (Internationales Filmfestival Mannheim-Heidelberg, Internationales Trickfilmfestival Stuttgart, Filmfest Stuttgart-Ludwigsburg, Französische Filmtage Tübingen-Stuttgart) wurde für die Landeszuschüsse das auch vom Landtag seit längerem geforderte Verhältnis 1:1 zu den kommunalen Förderungen hergestellt.

Die Trägerschaft der Festivals im Raum Stuttgart/Ludwigsburg (Internationales Trickfilmfestival Stuttgart, Filmfest Stuttgart-Ludwigsburg, fmx) wurde auf eine neu gegründete Film- und Medienfestival GmbH übertragen. Gesellschafter sind die Filmakademie in Ludwigsburg, die Städte Stuttgart und Ludwigsburg sowie die Wirtschaftsförderung Region Stuttgart.

- Dokumentation, Archivierung, Filmsammlung

Der Aufbau einer Landesfilmsammlung beim Haus des Dokumentarfilms ist im Gange. Die Finanzierung erfolgt durch die Landesstiftung Baden-Württemberg und durch Zuschüsse der MFG Filmförderung.

- Kooperation und Vernetzung der in Baden-Württemberg vorhandenen Einrichtungen

Die MFG Filmförderung hat sich mit ihrer Zentralen Beratungsstelle zur wichtigsten Anlaufstation für Filmproduzenten, Kinos und Festivals entwickelt. Über den Kontakt zu den neu geschaffenen regionalen Beratungsstellen wurde eine landesweite Vernetzung geschaffen, die an Dichte noch zunehmen wird, wenn der vorgesehene koordinierte Internet-Auftritt der im Filmbereich tätigen Institutionen und die geplante Location-Datenbank in Betrieb gehen (voraussichtlich zu Beginn des nächsten Jahres).

Die in der Filmkonzeption empfohlene engere Anbindung des Europäischen Instituts des Kinofilms Karlsruhe (EIKK) an das ZKM und die Staatliche Hochschule für Gestaltung Karlsruhe wurde hergestellt: Ein wesentlicher Teilbereich des EIKK („Forschung und Entwicklung im Filmbereich“) wurde Anfang 2003 in ein neues Filminstitut beim ZKM überführt, das in enger Kooperation mit der Hochschule für Gestaltung betrieben wird.

- Öffentlichkeitsarbeit, überregionale Präsenz

Die aufgezeigten Maßnahmen haben dazu beigetragen, die Wahrnehmung und das Image des Filmstandorts Baden-Württemberg wesentlich zu verbessern. Die zunehmende Vernetzung der Filmschaffenden findet längst schon über Baden-Württemberg hinaus statt, insbesondere auch wegen der Kooperation mit dem ZDF und SAT.1. Die Filmakademie in Ludwigsburg wird inzwischen sogar weltweit wahrgenommen, was nicht zuletzt die Oscar-Nominierung für den Film „Das Rad“ im Jahr 2003 beweist.

Zu 3. b):

Die Konzeption zur Förderung der Popular- und Jugendmusik in Baden-Württemberg wurde am 17. September 2002 öffentlich vorgestellt. Seither konnte bereits die zentrale Empfehlung der Konzeption, die Einrichtung einer Popakademie in Baden-Württemberg, umgesetzt werden.

Am 1. April 2003 wurde mit der Unterzeichnung des Gesellschaftsvertrags, der Konstituierung des Aufsichtsrats und der Bestellung der Geschäftsführer die Popakademie Baden-Württemberg GmbH mit Sitz in Mannheim offiziell gegründet. Mit der Gründung dieser ersten Popakademie in Deutschland hat Baden-Württemberg im Bereich der Popmusikausbildung die Vorreiterrolle eingenommen. Dieses ehrgeizige Zukunftsprojekt wurde im Wege einer Public-Private-Partnership gemeinsam mit der Stadt Mannheim, dem Südwestrundfunk, dem Musikkonzern Universal Music, einer Mannheimer Unternehmensgruppe und der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg sowie weiteren Finanzträgern auf den Weg gebracht. Zusätzliche Mittel aus dem Landeshaushalt werden für die Popakademie nicht benötigt. Die Akademie bietet dreijährige grundständige Studiengänge in Musikbusiness und Popmusikdesign mit dem Abschluss Bachelor der Popakademie Baden-Württemberg an. Das Studium zeichnet sich nach der erfolgreichen Ausbildungsmethode der Filmakademie Ludwigsburg durch große Projekt- und Praxisorientierung aus. Bereits zum Wintersemester 2003/2004 werden die ersten 57 Studierenden ihr Studium an der Popakademie aufnehmen.

Das Aufgabenspektrum der Popakademie umfasst eine Reihe von Schwerpunkten der Empfehlungen der Konzeption zur Förderung der Popular- und Jugendmusik. Neben dem Studium bietet die Akademie branchenspezifische Weiterbildungskurse für Berufspraktiker, Coaching für Nachwuchsbands, Fachkongresse, Branchentreffen und Existenzgründerberatung an. Als Forschungs- und Entwicklungszentrum für die Musikwirtschaft stellt die Popakademie einen Kristallisationspunkt für die ganze Musikbranche dar.

Die Popakademie hat zwar ihren Sitz in Mannheim, wird ihre Aktivitäten aber nicht auf die Stadt Mannheim und die Region Rhein-Neckar beschränken. Die Popakademie versteht sich vielmehr als Impulsgeber für ganz Baden-Württemberg und als Kreativpartner für die regionalen Popzentren. Wichtige Kooperationspartner sind u. a. die Jazz- und Rockschule Freiburg, die Bundesakademie für musikalische Jugendbildung in Trossingen, die Filmakademie Ludwigsburg, die Landesarbeitsgemeinschaft der Rock- und Musikinitiativen Baden-Württemberg (LARI), die Deutsche Phono-Akademie und die Musikhochschule Mannheim.

*4. wie die Landesregierung die Entwicklung der Filmakademie in Ludwigsburg sowie das Zusammenwirken von Filmförderung, Filmakademie und einer aktiven Standortpolitik bewertet;*

Schon die Filmkonzeption des Landes vom Oktober 2000 weist zu Recht darauf hin, dass die Filmakademie Baden-Württemberg sich in erstaunlich kurzer Zeit einen weltweiten Ruf als moderne, die Belange der Praxis frühzeitig integrierende Ausbildungsstätte erworben hat, insbesondere auch auf dem Feld der digitalen Techniken und Special Effects.

Inzwischen wurde die Filmakademie entsprechend den Marktbedürfnissen und den Empfehlungen der Filmkonzeption weiter ausgebaut und um zusätzliche attraktive Ausbildungsangebote erweitert. Mit rund 500 Studierenden gehört die Filmakademie zu den größten deutschen Filmhochschulen. Sie wird wegen ihres hohen Praxis- und Projektbezugs in der Filmbranche inzwischen auch als beste Filmausbildungsstätte in Deutschland angesehen. Eine Bestätigung war vor wenigen Wochen die Wahl zur kreativsten Hochschule Deutschlands durch den Art Directors Club.

Die in der Filmkonzeption vorgesehene Erweiterung der Filmakademie ist inzwischen abgeschlossen. In einer dritten Ausbaustufe wurde aus Mitteln der Zukunftsoffensive III ein neues Studio errichtet, das am 18. September offiziell eingeweiht wird, ferner zusätzliche Seminar-, Produktions- und Büroräume für die neuen Studiengänge „Schnitt/Montage“ und „Serienformate“, die seit dem Studienjahr 2001/2002 angeboten werden. Der Digitalbereich wurde zudem mit der Gründung eines Instituts für Animation, Visual Effects und digitale Postproduktion besonders gestärkt.

Im gleichen Zuge fand an der Filmakademie eine zunehmende Internationalisierung statt. Im Rahmen der Deutsch-Französischen Filmakademie wurde eine „Masterclass“ für Filmschaffende installiert, die so erfolgreich war, dass die Landesregierung inzwischen nach Abschluss der Finanzierungsverhandlungen mit dem Bund deren dauerhafte Fortsetzung beschlossen hat. Außerdem vereinbarte die Filmakademie eine ständige Kooperation mit der Filmhochschule in Lodz (Polen). Mit Unterstützung der Landesstiftung Baden-Württemberg findet ferner seit letztem Jahr ein „Hollywood-Workshop“ statt, in dem ausgewählte Studierende für zwei Wochen nach Los Angeles fliegen, um die Arbeit der Filmschaffenden in den USA kennen zu lernen.

Die Zahl der Studierenden und auch die Zahl der Filmproduktionen an der Akademie nahmen mit der Einrichtung der neuen Studiengänge weiter zu. Derzeit werden bis zu 300 Filme im Jahr produziert; ein großer Teil davon sind Kooperationen mit dem SWR, mit ARTE, SAT.1 oder RTL. Die hohe Qualität der Filme wird eindrucksvoll dokumentiert durch zahlreiche Festival-Preise. Herausragend waren in jüngster Zeit die Oscar-Nominierung des Animationsfilms *Das Rad* (2003) und der Goldene Leopard in Locarno für *Das Verlangen* (2002). Im Bereich Animation und Visual Effects ist ferner die diesjährige Verleihung des „Short Tiger“ zu erwähnen (der Preis der FFA für die deutschen Filmschulen): Von sechs nominierten Filmen kamen drei von der Filmakademie; der Hauptpreis ging mit dem Visual-Effects-Film *Hochbetrieb* ebenfalls nach Ludwigsburg.

Die Filmakademie und ihre Studierenden erhalten für Filmproduktionen im Rahmen des Studiums grundsätzlich keine Filmförderung. Eine Ausnahme ist das Projekt „Junger Dokumentarfilm“, eine Kooperation zwischen Filmakademie, MFG und dem SWR, die bereits mehrere herausragende Dokumentarfilme hervorgebracht hat. Ferner gewährt die MFG in besonderen Einzelfällen (z.B. Oscar-Nominierung, Berlinale, Highlights) projektbezogene Zuschüsse für Filmkopien und Veranstaltungen.

Die Filmförderung der MFG spielt eine wichtige Rolle bei der Frage, inwieweit Absolventen der Filmakademie nach ihrer Ausbildung am Standort Baden-Württemberg verbleiben. Die Gründung des Film- und Medienzentrums in Ludwigsburg wäre nicht möglich gewesen, wenn das kreative Potential der Filmakademie nicht von attraktiven, standortbezogenen Angeboten der Stadt Ludwigsburg und von der konkreten Aussicht auf Filmfördermittel flankiert worden wäre. Die Ansiedlung von Firmen wie z.B. Gambit, dieBasis, Film-pool, avindependents oder Studio Soi dokumentiert dieses erfolgreiche Zusammenwirken. Insgesamt ist es gelungen, rund 35 % der Filmakademie-Absolventen in Baden-Württemberg zu halten. Im Bereich Animation hat die Filmakademie seit ihrem Bestehen über 80 talentierte Animationsfilmer und Visual-Effects-Spezialisten in den Beruf entlassen. Fast alle sind heute noch im Medienbereich tätig. Vier arbeiten in den USA, einer in Singapur, weitere vier im europäischen Ausland, 34 verteilen sich über ganz Deutschland, und 37 sind nach wie vor als so genannte „Freelancer“, als Festangestellte oder als freie Filmemacher in Baden-Württemberg tätig. Gerade die Spezialisierung auf diesen Bereich bietet für Baden-Württemberg die Chance, sich gegenüber anderen Regionen zu profilieren und ein wichtiges Alleinstellungsmerkmal zu entwickeln. Die MFG sieht deshalb die Herstellung von Visual Effects und Animationen für deutsche und internationale Filme, TV-Movies und Fernsehserien durch in der Region ansässige Firmen als wichtigen Förderschwerpunkt. Damit sollen wirtschaftlich interessante, öffentlichkeitswirksame und künstlerisch wichtige Filmprojekte nach Baden-Württemberg geholt werden.

Die Filmakademie hat zudem unmittelbare positive wirtschaftliche Auswirkungen auf die Region: Die Filmproduktionen der Akademie benötigen Technik, nehmen Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie in Anspruch und arbeiten regelmäßig mit Produktionsfirmen außerhalb der Filmakademie zusammen. Die Akademie wirkt indirekt zudem als Auftragsbeschaffer für Produktionsfirmen in der Region, da viele Aufträge, die die Akademie aus personellen oder technischen Gründen nicht selbst übernehmen kann, an diese Firmen vermittelt werden. Ihr kreatives Potential und ihr guter Ruf ist außerdem ein hervorragender Standortfaktor für die Region. Unternehmen sehen hier Möglichkeiten zur Kooperation oder zur regelmäßigen Akquise von Fachkräften oder Praktikanten und entschließen sich deshalb – wie beispielsweise Sonnenklar TV – zur Ansiedlung in Ludwigsburg.

Um einen nachhaltigen Standorteffekt zu erreichen, darf sich die Kooperation der Produktionsfirmen mit der Filmakademie und der MFG jedoch nicht auf die Gründungsphase beschränken. Notwendig ist vielmehr eine kontinuierliche unterstützende Begleitung existierender und sich bildender Dienstleistungs- und Produktions-Strukturen durch ein flexibles, auf die Bedürfnisse der Film- und Medienproduktion abgestimmtes Förder-Instrumentarium.

*5. wie die Landesregierung die Umsetzung des Roland-Berger-Gutachtens im Bereich IT/Medien beurteilt;*

Entscheidend für die langfristige wirtschaftliche Entwicklung ist die strategische Forschung, insbesondere die auf Wachstumsfelder ausgerichtete Grundlagenforschung. Hier werden die Weichen gestellt, um eine internationale Spitzenposition nicht nur aufzubauen, sondern auch über Jahre hinweg zu behaupten. Wie das Gutachten von Roland Berger zu den Zukunftsinvestitionen in Baden-Württemberg und der aktuelle Evaluationsbericht des Landesforschungsbeirats bestätigen, sind bedeutende strategische Forschungsfelder in den Informationswissenschaften und in der angewandten Mathematik im Land international erstklassig und bilden zudem eine hervorragende Ausgangsbasis, um auf Dauer Innovationsvorsprünge zu halten.

Damit die wissenschaftliche Spitzenstellung des Landes noch stärker auf die wirtschaftliche Entwicklung wirken kann, folgt die Landesregierung dem von Roland Berger geprägten Leitmotiv, Stärken zu stärken. Zentrales Prinzip ist dabei das Konzept der Clusterbildung. Cluster sind thematisch orientierte Netzwerke von privaten und öffentlichen Akteuren, die gemeinsame Synergien nutzen und das wirtschaftliche Wachstum in ihrem Bereich vorantreiben. In der Regel decken erfolgreiche Cluster die gesamte Wertschöpfungskette von der Grundlagenforschung bis zur Vermarktung fertiger Produkte und Dienste ab. Über Ausstrahleffekte fördern sie die wirtschaftliche Entwicklung des gesamten Landes; Cluster definieren sich nicht über Grenzen, sondern über ihre thematischen Zentren.

Für die Umsetzung der Empfehlungen aus dem Roland-Berger-Gutachten im Bereich IT/Medien investiert die Landesregierung Mittel in Höhe von rund 25 Mio. €. Im Einzelnen stellt sich die Förderung der Clusterbildung Unternehmenssoftware und -dienste/Telemedia wie folgt dar:

– Beratungsforum Information, Telekommunikation, Software (bits Baden-Württemberg)

Um die entscheidenden Akteure der Informations- und Kommunikationsbranche sowie aus dem Bereich Unternehmenssoftware und -dienste zusammenzubringen und ihre Aktivitäten zu vernetzen, hat das Staatsministerium das Beratungsforum Information, Telekommunikation, Software ins Leben gerufen. Dieses Forum, dem rd. 70 hochrangige Vertreter aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik angehören, entwickelt Vorschläge zur weiteren Stärkung des IT- und Medienstandorts Baden-Württemberg. Die thematischen Schwerpunkte werden von einer Lenkungsgruppe vorgegeben, die von zwei Arbeitsgruppen und einer Geschäftsstelle beim Verein Baden-Württemberg:Connected unterstützt wird. Mit der Organisation dieses Netzwerkes wurde die zentrale Empfehlung von Roland Berger, eine „Task-Force“ im Bereich Unternehmenssoftware einzurichten, umgesetzt. Zielsetzung dieses organisierten Netzwerkes ist es, die Vision eines IT/Medien-Clusters weiterzuentwickeln, Kräfte in Wirtschaft, Wissenschaft und Politik zu mobilisieren sowie einzelne Aktivitäten zum Aufbau des Clusters zu steuern.



– Forschungsverbund Unternehmenssoftware in Baden-Württemberg

Die Landesregierung hat auf Vorschlag der Arbeitsgruppe „Cluster Unternehmenssoftware“ des Beratungsforums beschlossen, für die Realisierung eines Forschungsverbundes Unternehmenssoftware 5,5 Mio. € aus der Zukunftsoffensive III zur Verfügung zu stellen. Mit der Realisierung dieses Forschungsverbundes wird die Kooperation im wissenschaftlichen Bereich verstärkt werden, was eine noch engere Verknüpfung von Grundlagenforschung und angewandter Forschung erleichtern wird. Konkretes Ziel dieses Forschungsverbundes ist es, Vorgehensweisen, Werkzeuge und Standards für die Entwicklung und den Einsatz von Unternehmenssoftware zu schaffen, die die durchgängige Unterstützung von unternehmensübergreifenden Geschäftsprozessen verbessern und Unternehmenskooperationen erleichtern. Durch diese Unterstützung wird die Integration der einzelnen Geschäftspartner innerhalb einer Wertschöpfungskette erhöht und zusätzliches gemeinschaftliches Wissen über die jeweiligen Geschäftsprozesse aufgebaut. Die Forschungsergebnisse werden einen Beitrag dazu leisten, dass Softwareentwicklung in Baden-Württemberg schneller und effizienter erfolgt und dass eine engere Zusammenarbeit und Abstimmung aller Beteiligten hinsichtlich der Setzung von Standards und der Entwicklung gemeinsamer Komponenten erreicht wird. Gleichzeitig wird mit diesem Forschungsverbund eine hohe Identifikation an der Spitze der Cluster-Bewegung ermöglicht.

– Verbundforschung

Im Rahmen der Verbundforschung des Landes werden in den nächsten 2 bis 3 Jahren fünf Projekte aus dem Themenfeld „Wissensmanagement/ Unternehmenssoftware“ mit insgesamt 2 Mio. € gefördert. Nach Ansicht der Experten der Arbeitsgruppe „Cluster Unternehmenssoftware“ hat sich diese Art der Forschungsförderung bewährt. Die Landesregierung plant deshalb die Fortführung der Verbundforschungsförderung im Bereich Unternehmenssoftware.

– Förderung des Forschungstransfers

Ergänzend zum Forschungsverbund Unternehmenssoftware und zu den Verbundforschungsprojekten im Bereich Unternehmenssoftware kommt einer wirtschaftsorientierten Unterstützung des Transferprozesses von der Wissenschaft in die Wirtschaft herausragende Bedeutung bei der Stärkung des gesamten IT-Standortes Baden-Württemberg zu. Um diesen Transferprozess zu unterstützen, wird die Landesregierung die Einrichtung von überbetrieblich organisierten Unternehmensverbänden (Professional Communities) mit bis zu 1 Mio. € fördern. Darüber hinaus wird die Landesregierung eine engere Vernetzung der vom Land mit insgesamt 5,8 Mio. € geförderten Software-Zentren vorantreiben sowie die Intensivierung von internationalen Kooperationen unterstützen, um so die internationale Wettbewerbsfähigkeit speziell von kleinen und mittelständischen Software-Unternehmen aus Baden-Württemberg zu erhöhen.

– Internet-Plattform für den baden-württembergischen Mittelstand

Das Land finanziert mit rd. 1,3 Mio. € die Internet-Plattform „*ebigo.de.E-business*. IT.Antworten für den Mittelstand“, über die gezielt Informationen zu E-Business und IT-Anwendungen für kleine und mittlere Unternehmen angeboten werden (vgl. Ausführungen zu Nr. 1 d).

- Gemeinnützige Projekte für den IT- und Medienstandort Baden-Württemberg

Für die gezielte Stärkung des IT- und Medienstandorts Baden-Württemberg wird die Landesregierung auf der von der Arbeitsgruppe „IT/Medien“ des Beratungsforums entwickelten konzeptionellen Grundlage ein IT- und Medienprogramm in Höhe von über 15 Mio. € umsetzen. Bislang wurden Projekte mit einem Gesamtvolumen von 5 Mio. € vom Ministerrat beschlossen, unter anderem die Projekte „Künstliche Darstellung“, „Video-clip-Workshop 2002/2003“, „doIT-Software-Award und doIT-Software-Forschungstag“, „E-Learning-Award“ oder das Verbundforschungsprojekt „E-Service-Zentren“.

- Programm Telekommunikation im ländlichen Raum

Mit dem Programm „Telekommunikation im ländlichen Raum“, das ein Fördervolumen von rund 5 Mio. € umfasst, wirkt die Landesregierung gezielt den entfernungs- und verkehrsinfrastrukturbedingten Nachteilen ländlicher Gebiete durch netzgestützte Kommunikationsangebote entgegen und trägt so dazu bei, den kulturellen und wirtschaftlichen Abstand zu den Ballungsräumen weiter zu verringern (vgl. auch Ausführungen zu Nr. 13).

*6. wie die Landesregierung die neue Kommunikationsstrategie „doIT“ für den Bereich IT und Medien und deren Auswirkungen auf die mittelständischen Medienstrukturen beurteilt;*

Unter dem Dach der IT- und Medienoffensive doIT werden sämtliche Maßnahmen des Landes im IT- und Medienbereich gebündelt. Dies betrifft die Maßnahmen und Programme von Landesseite in der laufenden Legislaturperiode in einem Umfang von rund 430 Mio. €, von denen ca. 60 % in den Bereich Bildung, die restlichen 40 % in die Bereiche Kreativität und Mittelstand fließen. doIT steht außerdem für das Engagement aller IT- und Medienakteure in Baden-Württemberg, denen verschiedene Kommunikations- und Vernetzungsplattformen bereitgestellt werden. Insoweit dient doIT der Identifikation des IT- und Medienstandorts Baden-Württemberg nach innen und außen sowie der Zusammenführung von politischen und wirtschaftlichen sowie regionalen Aktivitäten.

Die integrierte Kommunikationsstrategie, die mit geringem Mitteleinsatz auf einen hohen Bekanntheitsgrad der öffentlichen Aktivitäten abzielt, ist die erste konsequent umgesetzte Kommunikationsstrategie, die zentrale Elemente der Werbe- und Sympathiekampagne (Corporate Identity, Farben, Schriften) aufgreift und um die eigene Marke (doIT) sowie an die spezifischen Erfordernisse angepasste Elemente ergänzt. Durch diese enge Anbindung an die Werbe- und Sympathiekampagne werden der Bekanntheitsgrad sowie die Sympathiewerte der Kampagne genutzt. Alle Print-, Online- und Eventmaßnahmen sind eng aufeinander abgestimmt und ergänzen sich auch funktional und inhaltlich. Neben PR- und Onlinemaßnahmen wird doIT auch über kreative und weitgehend kostenneutrale Maßnahmen wie z.B. Medien- und Logopartnerschaften bei Veranstaltungen und Wettbewerben in der Breite positioniert.

Mit der doIT-Kommunikationsstrategie sollen die verschiedenen Zielgruppen wie z.B. IT- und Medienunternehmen, Wissenschaft und Forschung, Studierende und Nachwuchskräfte, Industrie und Verwaltung, Multiplikatoren sowie Journalisten erreicht werden. Zentrale Elemente sind dabei:

- a) das vier Mal im Jahr erscheinende kostenlose doIT-magazin (Auflage 21.000 Exemplare, über 150.000 Leser jährlich) mit Berichten über Themen, Trends und Personen rund um den IT- und Medienstandort Baden-Württemberg einschließlich Informationen zu standortrelevanten Themen;
- b) das im Herbst 2002 gestartete tagesaktuelle Infoportal „doIT-online.de“ berichtet in einem redaktionellen Teil (doIT-Themen) in Form von Nachrichten, Personality-Meldungen, Veranstaltungshinweisen etc. über die IT- und Medienbranche in Baden-Württemberg, enthält im Serviceteil (doIT-Service) u.a. Standortdaten, einen Studienführer, ein Branchenverzeichnis, eine Praktikums- und eine Kooperationsbörse sowie Infos zu Beratungs- und Förderangeboten, bietet grundlegende Informationen (doIT-Info) zu doIT sowie zur MFG Medienentwicklung und ermöglicht nicht zuletzt eine aktive Beteiligung der Nutzer wie z.B. Veröffentlichungsvorschläge für interessante Themen und Nachrichten;
- c) der doIT-newsletter mit über 3.000 Abonnenten, der einmal wöchentlich per E-Mail kostenfrei an die Abonnenten aus der Branche versandt wird;
- d) jährlich über 60 themenspezifische doIT-Veranstaltungen im Land mit über 600 Teilnehmern zur besseren Vernetzung der IT- und Medienbranche im Land durch Kongresse wie doIT-Kongress oder Deutscher Multimedia-kongress (DMMK), Seminare, Treffen und Events zu den Themen IT/E-Business, Kommunikation/Marketing, Management und E-Government/Kommunen;
- e) Gemeinschaftsstände auf nationalen und internationalen einschlägigen Messen (z.B. CeBIT, Systems, IT-Plus, CeBIT America) unter der Dachmarke doIT, um das Land Baden-Württemberg auch überregional und international als innovativen IT- und Medienstandort zu positionieren und baden-württembergischen IT- und Medienunternehmen – vor allem klein- und mittelständischen Unternehmen, denen eine eigenständige Messebeteiligung ansonsten nicht möglich wäre – kostengünstig die Möglichkeit zu bieten, ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren.

Durch diese Kommunikationsmaßnahmen, insbesondere auch die kostenlosen doIT-Informations- und Serviceangebote, werden branchenrelevante Informationen weit gestreut und wichtige Impulse gerade auch für mittelständische Medienstrukturen gegeben. Gezielte Serviceangebote wie die Online-Kooperationsbörse unterstützen die Generierung neuer Aufträge. Insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen und Agenturen profitieren ebenso von der Möglichkeit, sich durch die Veröffentlichung von Firmenmeldungen über doIT-online.de bekannter zu machen wie auch von den gut besuchten, kostengünstigen Fachseminaren und Veranstaltungen im Rahmen von doIT. Die Kommunikationsstrategie der IT- und Medienoffensive doIT leistet mit ihren Informationsangeboten und Veranstaltungen einen wichtigen Beitrag für die nachhaltige Stärkung des IT- und Medienstandorts Baden-Württemberg sowie zur Unterstützung mittelständischer IT- und Medienunternehmen.

*7. wie sich die Kooperation des Landes mit privaten Fernsehveranstaltern sowie dem SWR und dem ZDF im Bereich der Film- und Fernsehproduktionen entwickelt;*

- Kooperation mit privaten Fernsehveranstaltern

Entsprechend dem im Jahr 2001 zwischen dem Land und SAT.1 abgeschlossenen Kooperationsvertrag wurden bisher drei große Fernsehproduktionen (so genannte Movies) mit baden-württembergischen Firmen

produziert. Das Gesamtproduktionsvolumen betrug 4,3 Mio. €. Ein vierter Fernsehfilm wird Ende 2003 gedreht. Die Movies wurden zu zwei Dritteln von SAT.1, zu einem Drittel aus einem vom Land eingerichteten Fonds zur Förderung von Kooperationen mit privaten Fernsehsendern und Produzenten im Bereich Fernsehfilme finanziert. Der Baden-Württemberg-Effekt, also das Verhältnis der im Land ausgegebenen Produktionskosten zum Landeszuschuss, liegt nach den bisherigen Auswertungen über 150 %.

SAT.1 finanziert darüber hinaus eine Stiftungsprofessur im Wert von 75.000 € für den neuen, erfolgreichen Ausbildungszweig „Fernsehserienproduktion“ an der Filmakademie in Ludwigsburg und stellt außerdem im Rahmen seiner Möglichkeiten Praktikumsplätze für Studierende der Filmakademie zur Verfügung.

Begleitend dazu wurde gemeinsam von SAT.1 und der MFG Filmförderung an der Filmakademie in Ludwigsburg ein Workshop für interessierte Autoren und Produzenten veranstaltet. Damit konnte die Zusammenarbeit der baden-württembergischen Autoren und Produzenten mit SAT.1 nachhaltig verbessert werden. Zudem erwägt die Sendergruppe ProSieben-SAT.1 inzwischen die Realisierung größerer Fernsehprojekte in Baden-Württemberg.

Die Landesregierung ist bestrebt, die Kooperation mit SAT.1 auszubauen und nach Möglichkeit auch auf weitere Privatsender auszudehnen.

– Kooperation mit dem SWR

Das Land Baden-Württemberg und der Südwestrundfunk arbeiten seit der gemeinsamen Gründung der MFG im Jahr 1995 erfolgreich als Gesellschafter der MFG zusammen. Ziel dieser Zusammenarbeit ist vor allem die Stärkung und Förderung des Medienstandortes Baden-Württemberg und der Filmkultur. In diesem Rahmen spielt die traditionelle Förderung von Film- und Fernsehproduktionen eine zentrale Rolle.

Die Kooperation von Land und SWR in der MFG hat sich in den letzten Jahren stetig weiterentwickelt und für den Filmstandort Baden-Württemberg ein zunehmend differenziertes Förder- und Entwicklungsinstrumentarium geschaffen.

Die Anzahl der Einzelproduktionen oder besonderen Fernsehveranstaltungen im SWR, die mit Hilfe der MFG realisiert werden konnten, ist in den letzten Monaten deutlich gestiegen. Besondere Aufmerksamkeit fanden beispielsweise die Dokumentations-Serie „Schwarzwaldhaus.de“, die zur Zeit ausgestrahlte Aufzeichnung des Stuttgarter „Ring des Nibelungen“ und das spektakuläre Kunstfilmereignis „Berlin – Sinfonie einer Großstadt“ mit dem Sinfonieorchester des SWR.

Hinzugekommen sind weitere innovative Förderansätze wie z.B. das gemeinsame Förderprogramm „Fifty-Fifty“ von MFG und SWR. Es zielt auf die gemeinschaftliche Nachwuchsförderung im Bereich des Spielfilms in Baden-Württemberg ab und dient der Finanzierung von bis zu vier Nachwuchsfilmprojekten pro Jahr. Damit soll die Herstellung von Filmprojekten unter der finanziellen und organisatorischen Trägerschaft von in Baden-Württemberg ansässigen Produktionsfirmen ermöglicht werden. Bewährt hat sich auch das Projekt „Junger Dokumentarfilm“, eine Kooperation zwischen Filmakademie, MFG und dem SWR, die bereits mehrere herausragende Dokumentarfilme hervorgebracht hat.

Ein weiterer Förderansatz sind Maßnahmen zur praxisorientierten und -begleitenden Fortbildung von Partnern bei der Auftragsvergabe und Zusammenarbeit zwischen dem SWR und Produzenten aus Baden-Württemberg. Hierzu haben der SWR und die MFG gemeinsam mit der zentralen ARD/ZDF-Fortbildungseinrichtung ZFP eine Seminarreihe „Produktionsmanagement und Recht“ entwickelt, in der durch eine gemeinsame Fortbildung von Mitarbeitern des Senders und freien Filmschaffenden Grundlagen für eine bessere Kommunikation geschaffen werden sollen.

Auch unabhängig von der Filmförderung hat der SWR mit Blick auf baden-württembergische Kreative und Produzenten Ausschreibungen für Sendeformate („Schätze des Landes“, „Fahr mal hin“, „Grünzeug“, etc.) vorgenommen und so zur Belebung des Filmstandorts beigetragen. Erstmals nach der Fusion wurde vom SWR im letzten Jahr wieder ein gesondertes Budget für den Sektor der Kino-Co-Produktionen eingerichtet.

In Gesprächen des Landes mit dem SWR wird von Landesseite seit längerem immer wieder auf eine Erhöhung des Anteils der Fremdvergaben an externe Filmproduzenten bei SWR-Produktionen hingewirkt.

Der SWR hat im Zuge seiner internen Umstrukturierung (sog. „EFA-Prozess“) in den letzten Jahren kontinuierlich die Zahl und das Volumen seiner Auftragsproduktionen erhöht und entsprechende Produktionsressourcen innerhalb des Senders abgebaut. Der Anteil baden-württembergischer Produzenten unter den Auftragnehmern des SWR stieg kontinuierlich. Die vor zwei Jahren neu gegründete SWR-Tochterfirma MARAN hat sich dabei organisch in die Produzentenlandschaft eingefügt. Die ursprünglichen Befürchtungen von Produzentenseite, dass die Gründung der MARAN das Auftragsvolumen verringern könnte, das der SWR an unabhängige Filmproduzenten vergibt, haben sich nicht bestätigt.

– Kooperation mit dem ZDF

Viele in Baden-Württemberg ansässige Firmen arbeiten seit Jahren regelmäßig für das ZDF. Darüber hinaus greifen Sendereihen wie „Das kleine Fernsehspiel“ immer wieder auf neue Talente aus dem Umfeld der Filmakademie Baden-Württemberg zurück. Die MFG Filmförderung unterstützt zahlreiche Fernsehproduktionen des ZDF und trägt insoweit dazu bei, das Engagement des Senders in Baden-Württemberg und die Zusammenarbeit mit Produktionsfirmen aus dem Land zu fördern.

Seit dem Jahr 2000 engagiert sich das ZDF auch finanziell in der MFG Filmförderung. Im Rahmen einer Komplementärfinanzierung mit dem Land stellt der Sender jährlich 511.000 € zur Verfügung. Die Landesregierung ist bestrebt, das Engagement des ZDF in Baden-Württemberg weiter zu verstärken, und verhandelt derzeit über eine Erhöhung dieses Beitrags.

8. *wie die Landesregierung die Entwicklung des ZKM, insbesondere im Lichte der aktuellen Evaluierung durch den Wissenschaftsrat bewertet;*

Das ZKM hat in den knapp zehn Jahren seines Bestehens den Platz eines bedeutenden, international anerkannten Zentrums für Forschung, technologiebasierte Kunst und Musikproduktion eingenommen. Am ZKM werden erfolgreich neueste Kommunikations- und Medientechnologien weiterentwickelt und für Anwendungen mit künstlerischem Bezug nutzbar gemacht. Der Wissenschaftsrat bewertet in seiner Evaluierung die in den beiden wesentlichen Abteilungen (für Bildmedien und für Musik und Akustik) geleistete Arbeit als „exzellent“.

Die Forschungsaktivitäten des ZKM werden teilweise eigenständig, zumeist aber in Zusammenarbeit mit wichtigen Forschungseinrichtungen wie dem Forschungszentrum Karlsruhe (FZK), der Universität Karlsruhe sowie zahlreichen anderen nationalen und internationalen Hochschulen und Instituten erbracht; die hier entwickelten Technologien sind auch für die wirtschaftliche Praxis von großem Interesse. Die im ZKM gezeigten Ausstellungen beruhen auf ausgewählten Konzepten; die begleitenden Kataloge dokumentieren hervorragend den entsprechenden aktuellen Wissensstand und sind eine wichtige Quelle für Fachleute und interessierte Laien.

Das ZKM fungiert auch als Service-Einrichtung für Künstler und Wissenschaftler aus aller Welt, die hier im Rahmen des Artist-in-Residence-Programms projektbezogen tätig sind. Darüber hinaus führt das ZKM sehr erfolgreich Tagungen, Podiumsdiskussionen und Vorlesungsreihen durch und tritt als Veranstaltungsort für künstlerische Produktionen aus dem In- und Ausland auf.

Das ZKM hat sich als einzigartige Institution in Deutschland etabliert, an der technologie-basierte Kunstproduktion, Museumsarbeit und Veranstaltungstätigkeit zusammengeführt werden. Der Wissenschaftsrat hat diese besondere Stellung in seiner positiven Evaluierung bestätigt.

*9. wie die Landesregierung aus heutiger Sicht die SWR-Rundfunkfusion, insbesondere im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit, erzielte Synergieeffekte sowie Programmangebot beurteilt;*

Die Landesregierung bewertet die 1998 durchgeführte Fusion der Sender Süddeutscher Rundfunk (SDR) und Südwestfunk (SWF) zum Südwestrundfunk (SWR) als richtige Entscheidung. Durch den Abbau von Doppelstrukturen sowie die Reduzierung von Planstellen um 465 zwischen 1998 und 2003 wurden erhebliche Einsparungen realisiert. Der SWR befindet sich auch nach eigener Einschätzung weiterhin in einer strukturellen Optimierungsphase.

Beim Programmangebot, das durch die Fusion reduziert wurde, ist ebenfalls eine positive Entwicklung zu beobachten. Die Regionalisierung sowie die Landesberichterstattung wurden ausgebaut. Insbesondere die Hörfunkprogramme erfreuen sich großer Beliebtheit bei den Hörern. Die regelmäßig veröffentlichten Media Analysen, in denen die Hörerzahlen der öffentlich-rechtlichen und privaten Hörfunkprogramme untersucht werden, zeigen eine außerordentlich hohe Akzeptanz der SWR-Hörfunkprogramme. Die Popwelle SWR 3 ist seit dem Jahr 2002 das meistgehörte Radio-Programm in Deutschland. Erfolgreich im Hörermarkt positioniert sind auch die beiden Landessender SWR 1 und SWR 4 Baden-Württemberg. Mit seinem zweiten Hörfunkprogramm bietet der SWR zudem kulturinteressierten Hörern ein attraktives Angebot. Mit dem werbefreien Jugendladio DasDing erreicht der SWR nach eigenen Angaben täglich über 800.000 Jugendliche, obwohl DasDing nicht flächendeckend im Sendegebiet empfangbar ist.

*10. wie die Landesregierung die gesetzlichen Rahmenbedingungen für die Zukunft des öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunks in Baden-Württemberg beurteilt;*

Die gesetzlichen Rahmenbedingungen für den Rundfunk in Baden-Württemberg werden vom Landesmediengesetz (LMedG) und dem SWR-Staatsvertrag (SWR-StV) festgelegt. Daneben gelten die von den Ländern abgeschlossenen rundfunkrechtlichen Staatsverträge. Diese gesetzlichen Regelungen gewährleisten die Funktionsfähigkeit des dualen Rundfunksystems und zielen

auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen öffentlich-rechtlichem und privatem Rundfunk.

Durch die grundlegende Novelle des Landesmediengesetzes von 1999 wurde die Vorschrift an die neuen rechtlichen und technischen Entwicklungen angepasst. Es wurden insbesondere die Vorschriften über den Jugendschutz, das Zulassungsverfahren, die Sicherung der Meinungsvielfalt und die Konzentrationsvermeidung geändert. Zur Verbesserung der wirtschaftlichen Situation der Privatveranstalter und die hierdurch erhoffte Steigerung der Programmqualität wurde die Anzahl der gesetzlich vorgesehenen privaten Hörfunkregionalveranstalter von sechs auf drei (mit der Möglichkeit eines landesweiten Senders) reduziert. Die Zahl der Lokalveranstalter wurde flexibilisiert (12 bis 18), um Überschneidungen der Verbreitungsgebiete abzubauen und ein zusätzliches privates Hörfunkprogramm für vorwiegend junge Menschen (Jugendradio) zu ermöglichen. Durch die Einführung des so genannten „Führerscheinprinzips“ wird zwischen der kapazitätsunabhängigen allgemeinen medienrechtlichen Zulassung als Rundfunkveranstalter und einer konkreten Zuweisung von Übertragungskapazitäten unterschieden. Durch eine „Must-Carry-Regelung“ bei der Zuordnung von analogen und digitalen Übertragungskapazitäten, die nur noch eine begrenzte Zuordnung und eine gleichgewichtige Verteilung zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Anbietern vorsieht, wurde dem jeweiligen Kapazitätsbetreiber im „Non-must-Carry-Bereich“ eine weitreichende eigene Belegungsbefugnis eingeräumt.

Die neu geschaffene gesetzliche Möglichkeit eines „Führerscheins“ fand bundesweite Beachtung, vor allem weil die LFK auf diesem Weg auch die erste reguläre Zulassung für ein Internet-Radio erteilte. Diese Führerscheinregelung wurde von anderen Bundesländern, wie z.B. Nordrhein-Westfalen in die Landesmediengesetze und die behördliche Praxis übernommen.

Bei der Entwicklung der Regionalfernsehstruktur haben sich die Planungsgrundsätze in § 18 Abs. 5 Satz 1 LMedienG und die Zuweisung des Must-Carry-Status an jeweils einen lokalen oder regionalen Fernsehveranstalter pro Verbreitungsgebiet bewährt. Hierdurch konnte sich der jeweils zugelassene Anbieter sowohl programmlich als auch wirtschaftlich gut etablieren.

Bewährt hat sich auch die neu aufgenommene Regelung in § 18 Abs. 5 S. 2 LMedienG, wonach der Netzbetreiber die Verbreitungsstrukturen so gestalten soll, dass zusammenhängende Kommunikations-, Kultur und Wirtschaftsräume versorgt werden.

Im Rahmen der Novellierung des Landesmediengesetzes 1999 wurde durch eine bundesweit einzigartige Vorschrift auch die Möglichkeit vorgesehen, Übertragungskapazitäten zur Eröffnung des Marktzugangs für einen neuen Anbieter auszuschreiben (§§ 20 Abs. 1 S. 2, 21 Abs. 4 LMedG). Da Reisefernsehen auf kontinuierlich wachsendes Interesse bei den Zuschauern stößt und in diesem Bereich noch erhebliche Nutzer- und Umsatzpotentiale bestehen, die gerade auch für das Reiseland Baden-Württemberg aktiviert werden können, hat die LFK im April 2002 beschlossen, einen landesweiten analogen Kabelkanal für ein Reisevertriebsfernsehen auszuschreiben. Anfang 2003 wurde dem Anbieter „sonnenklar TV“ aus Ludwigsburg der Kabelkanal zugewiesen. Die landesweite Einspeisung dieses Mediendienstes soll noch in diesem Jahr abgeschlossen werden.

Die Länder befassen sich derzeit in dem geplanten Siebten Staatsvertrag zur Änderung rundfunkrechtlicher Staatsverträge (Siebter Rundfunkänderungsstaatsvertrag) mit der weiteren Optimierung des Gleichgewichts zwischen öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkveranstaltern. In diesem Staatsvertrag soll unter anderem der Auftrag des öffentlich-rechtlichen Rundfunks

allgemein in formeller und inhaltlicher Weise geregelt werden. Danach soll er nicht nur vorhandene Informationen und Meinungen vermitteln, sondern auch selbst zur öffentlichen Meinungsbildung beitragen und ein Forum für die politische Auseinandersetzung bieten. Weiterhin wird klargestellt, dass der öffentlich-rechtliche Rundfunk programmbegleitend Online-Angebote und Druckwerke anbieten darf. Er ist jedoch nicht im Rahmen des Grundversorgungsauftrags dazu verpflichtet.

*11. wie die Landesregierung die Neuorganisation im Bereich des privaten Hörfunks beurteilt;*

Mit der Neuorganisation im Bereich des privaten Hörfunks ist es gelungen, eine nahezu flächendeckende UKW-Versorgung mit privaten lokalen und regionalen Hörfunkprogrammen zu erreichen. Bisherige wesentliche Versorgungslücken konnten geschlossen werden. Insgesamt hat sich der Bestand an UKW-Frequenzen um 50 % erhöht, wobei gleichzeitig auch die Sendeleistung wesentlich verbessert werden konnte. Neben der reinen Flächenversorgung verfügt die Mehrzahl der Veranstalter nun auch über eine leistungsstarke Kernfrequenz. Auch weitreichende strukturelle Optimierungen der Verbreitungsgebiete wurden vorgenommen, um die wirtschaftliche Tragfähigkeit des privaten Hörfunks zu verbessern. Auf der Lokalsenderebene konnte dabei durch Auseinanderschaltungsaufgaben für bestimmte Teilräume des jeweiligen Versorgungsgebietes sichergestellt werden, dass der lokale Bezug des Programms zum Sendebereich weiter bestehen kann. Im Übrigen wird auf die Ausführungen in Nr. 1a verwiesen.

*12. wie die Landesregierung die Arbeit der Landesanstalt für Kommunikation, insbesondere im Vergleich zu anderen Landesmedienanstalten beurteilt;*

Die LFK hat seit Mitte 1997 eine kontinuierliche und sehr dynamische Entwicklung des Rundfunks in Baden-Württemberg begleitet. So wurde erstmals in Baden-Württemberg eine nahezu flächendeckende UKW-Versorgung mit privaten lokalen und regionalen Hörfunkprogrammen und in der umfangreichen Neulizenzierung zum 1. Januar 2003 teilweise eine sehr weitreichende strukturelle Optimierung der Verbreitungsgebiete erreicht. Daneben hat die LFK beim Aufbau der Sendernetze für Digitalradio ihr Know-How zur Verfügung gestellt und durch aufwändige Planungen maßgeblich zu kosteneffizienten Lösungen beigetragen.

Es ist der LFK in den letzten Jahren gelungen, sich im Kreis der Landesmedienanstalten gut zu positionieren, so dass heute das Land Baden-Württemberg im Medienbereich eine bedeutende Stimme innerhalb der Arbeitsgemeinschaft der Landesmedienanstalten (ALM) und darüber hinaus hat. Dies wird insbesondere auch durch die Übernahme des Vorsitzes der Technischen Kommission der Landesmedienanstalten durch die LFK am 1. September 1999 sowie des stellvertretenden Vorsitzes der Gemeinsamen Stelle Digitaler Zugang der Landesmedienanstalten Anfang 2002 verdeutlicht.

Die LFK hat sich insbesondere durch das frühzeitige Aufgreifen der neuen Entwicklungen im Kabelbereich als vorausschauend gezeigt. So hat sie bereits im September 2000 mit dem Zukunftsforum Kabel 21 gemeinsam mit dem Staatsministerium eine bundesweit beachtete Diskussionsplattform aller Beteiligten geschaffen. In gleicher Weise hat die LFK früh das Thema DVB-T aufgegriffen und wesentlich zur Versachlichung beigetragen.



Auch im Bereich Medienpädagogik hat die LFK neue Wege beschritten und auf der Basis bundesweit in dieser Form einmaliger Kooperationen mit der Schwesteranstalt aus Rheinland-Pfalz und dem Südwestrundfunk eine bedeutende Rolle in diesem Bereich übernommen. Die LFK arbeitet im Aus- und Fortbildungsbereich aufgrund der seit 1999 neu bestehenden Zuständigkeit für Projekte zur Förderung der Medienkompetenz einschließlich entsprechender Aus- und Fortbildungsmaßnahmen noch intensiver als bisher mit Hochschulen und privaten Veranstaltern zusammen, z.B. über den neu initiierten „Medienring“ und das „InternetHochschulRadio“. Weiterhin hat sich die LFK an der Popakademie in Mannheim beteiligt, um die Aus- und Fortbildung in diesem für Hörfunkprogramme besonders wichtigen Bereich zu fördern. In Kooperation mit der Medien- und Filmgesellschaft wurden Ausbildungsprojekte wie z.B. das „Online-Messemagazin“ durchgeführt. Zur effizienten Erfüllung der zusätzlichen Aufgaben im medienpädagogischen Bereich wurde – neben einer Reihe von Einzelprojekten – mit der LPR Rheinland-Pfalz und dem Südwestrundfunk zudem die Stiftung „Medienkompetenzforum Südwest“ ins Leben gerufen.

Für diese umfangreichen Aufgaben steht der LFK ein im Vergleich zu Landesmedienanstalten vergleichbarer Länder wie z.B. Nordrhein-Westfalen, Bayern oder Rheinland-Pfalz kleiner Personalkörper zur Verfügung.

*13. wie die Landesregierung mit Blick auf die Informations- und Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts den Aspekten der Vermeidung eines „digital divide“ sowie den Aufgaben der Vermittlung von Medienkompetenz, Medienbildung und des Jugendschutzes Rechnung trägt;*

Auch und gerade bei der in Baden-Württemberg seit Herbst 2002 erreichten Online-Nutzung von fast 60 % der Bevölkerung ist die Vermittlung der für einen sinnvollen Umgang mit den neuen digitalen Medien erforderlichen Medienkompetenz ein wichtiges Anliegen von schulischer und außerschulischer Medienbildung. In Baden-Württemberg werden daher – zugleich mit dem Ziel, den „digital divide“ einzudämmen – zahlreiche Projekte und Maßnahmen zur Vermittlung von Medienkompetenz und Medienbildung durchgeführt, von denen hier nur einige Beispiele genannt werden können.

Bereits in der letzten Legislaturperiode wurde im Rahmen des Programms Baden-Württemberg-media@ der Schwerpunkt auf edu medi@, einem Programm mit 48 Projekten zur Förderung der Medienkompetenz, gelegt. Mit der am 25. September 2001 im Ministerrat beschlossenen Medienoffensive Schule II mit einem Volumen von 28,68 Mio. € knüpft das Land an die erste Medienoffensive Schule an. Ziel ist, durch den sinnvollen, fächerintegrativen Einsatz der neuen Medien, allen Schülerinnen und Schülern eine fundierte Medienkompetenz zu vermitteln. Beispiel sind das Projekt „MediaCulture“ – mit dem Ziel einer engeren Vernetzung der schulischen und außerschulischen medienpädagogischen Arbeit sowie der Förderung des aktiven, kreativen Gestaltens eigener Medienproduktionen – und das Projekt „Computer und Grundschulen“ zur Erprobung des Computereinsatzes in Grundschulen. Die neuen Bildungspläne für die allgemein bildenden Schulen berücksichtigen den Aspekt Medienerziehung und Medienbildung in besonderem Maß. Auch die technische Ausstattung der Schulen wurde weiter verbessert, so dass nach einer Erhebung des statistischen Landesamtes in diesem Frühjahr zwischenzeitlich bereits über 97 % aller öffentlichen Schulen in Baden-Württemberg an das Internet angeschlossen sind. Die Aktivitäten des Kultusministeriums werden durch weitere Projekte und Maßnahmen im Bereich des Sozialministeriums und des Wirtschaftsministeriums flankiert, die beispielsweise die Qualifizierung von Mädchen im IT- und Medienbereich zum Ziel haben.

Auch im Hochschulbereich hat in Baden-Württemberg die Vermittlung von Medienkompetenz einen hohen Stellenwert: Mit über 220 Studiengängen im IT- und Medienbereich ist Baden-Württemberg nicht nur bezüglich der Anzahl der Studiengänge europaweit führend, sondern nimmt nach verschiedenen Hochschulrankings auch deutschlandweit qualitativ eine Spitzenposition ein. Der IT- und Medienstudienführer des Landes auf der Website [www.medienstudium.de](http://www.medienstudium.de) gibt einen Überblick über die Studiengänge und informiert über Fächer und Studieneinrichtungen vom Bibliothekswesen über Druck, Film & Fernsehen, Kommunikation & Medien, Medienpädagogik bis zur Elektrotechnik.

Mit dem im November 2001 gestarteten Aktionsprogramm „Internet für alle“ wurde mit dem Ziel, die Nutzung des Internets der Bevölkerung in Baden-Württemberg weiter zu steigern, ein Wettbewerb für bürgernahe Internet-Projekte ausgeschrieben, an dem sich über 100 Kommunen und Landkreise beteiligt haben. 20 Projekte wurden mit Preisgeldern in Höhe von rd. 250.000 € ausgezeichnet. Um die Erfahrungen aus den geförderten Projekten nutzbar zu machen, wurden die Projekte in einem Praxisleitfaden dokumentiert, der an alle Gemeinden versandt wurde. Für die Fortsetzung und Weiterentwicklung der innovativsten vier Projekte der ersten Phase wurden bis Ende 2002 nochmals rund 100.000 € Fördermittel zur Verfügung gestellt.

Auch der bundesweit einzigartige Wettbewerb InternetDorf 2003, der seit 1999 jährlich unter der Federführung des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum in Baden-Württemberg ausgeschrieben wird, dient der Stärkung der Medienentwicklung im ländlichen Raum. Mit diesem Wettbewerb sollen die Gemeinden des Ländlichen Raumes durch die Verbreitung von guten Ideen und Best-practice-Beispielen motiviert werden, die Qualität ihrer Internetangebote weiter zu steigern.

Mit dem im Juni 2003 von der Landesregierung beschlossenen Programm „Telekommunikation im ländlichen Raum“ soll den infrastrukturellen Nachteilen ländlicher Gebiete durch neue Kommunikationsangebote entgegen gewirkt und der soziokulturelle und wirtschaftliche Abstand zu den Ballungsräumen weiter verringert werden. Aus gemeinnützigen Mitteln der Zukunftsoffensive III werden bis 2007 insgesamt 5,11 Mio. € für IT- und Internet-Projekte zur Verfügung gestellt, z.B. für das Impulsprogramm doIT-regional, in dessen Rahmen IT- und Medienprojekte mit einem Volumen von insgesamt 2,8 Mio. € in der Zuständigkeit des Ministeriums für Ernährung und Ländlichen Raum umgesetzt werden. Gefördert wird die Realisierung von ausgewählten Projekten verschiedener Kommunen, wie beispielsweise das IT-Schulungsprogramm /Internetportal für soziale Dienstleistungen im IT-Kompetenzzentrum in Edingen oder die Schwerbehindertenförderung in dem behindertengerechten Modellzentrum für IT-Fortbildungen in Lobbach. In der zweiten Phase des Impulsprogramms sollen neue, kreative Konzepte gefördert werden, die ab Ende 2003 im Rahmen einer Ausschreibung ermittelt werden. Des Weiteren umfasst das Programm ein Forschungsprojekt „Wissenstransfer: Landwirtschaft/Schüler/innen“.

Im Rahmen des doIT-Veranstaltungsprogramms (vgl. Ausführungen unter Nr. 6) werden auch Veranstaltungen wie Workshops, Fachtagungen und offene Treffs (Diskussionsveranstaltungen) zu den Themen Digitale Spaltung, IT- und Medienkompetenz angeboten. Geschult werden dabei auch Experten, regionale Medienentwickler, Multiplikatoren und Projektverantwortliche, die sich im Land mit dem Thema „digital divide“ befassen. Auch vielfältige Print- und Online-Publikationen beschäftigen sich mit dem Thema „digital divide“, Medienkompetenz und Medienbildung, beispielsweise Band 8 der Stuttgarter Beiträge zur Medienwirtschaft „Mädchen machen Medien“, der mit seinen Analysen, Meinungen, Erfahrungen und Standpunkten zum The-

ma Mädchen und Medien dazu anregen soll, sich sowohl theoretisch als auch praktisch mit der Förderung von Medienkompetenz von Mädchen und jungen Frauen auseinander zu setzen.

Parallel zu den Maßnahmen der Landesregierung führt die Landesstiftung Baden-Württemberg mit „start und klick!“ das europaweit größte Einsteigerprogramm für PC und Internet mit einem Volumen von insgesamt 15,17 Mio. € durch. Die Landesstiftung Baden-Württemberg fördert mit dieser Maßnahme die Medien- und Technikkompetenz der breiten Bevölkerung, insbesondere in bislang unterdurchschnittlich erschlossenen Zielgruppen und Regionen. Seit dem Projektstart im September 2001 konnten 567 Schulungspartner – überwiegend private Anbieter, aber auch Volkshochschulen, Landfrauenvereine, Familienbildungsstätten etc. – landesweit rund 150.000 Teilnehmer qualifizieren. Erfreulich ist, dass mit dem Projekt insbesondere auch die ländlichen Regionen erreicht werden konnten; 59 % der Teilnehmer kommen bei einem Bevölkerungsteil von 44 % aus eher ländlichen Gebieten.

Weiter werden von der Landesstiftung im Rahmen des Programms „Jugend und verantwortungsvolle Mediennutzung – Medien und Persönlichkeitsentwicklung“ 129 Projekte gefördert. Die im Februar 2003 gestarteten Einzelprojekte an 61 Standorten in Baden-Württemberg umfassen vom Angebot zur Vermittlung von Grundlagenwissen, über das Erstellen einer eigenen Homepage bis hin zum gemeinsamen Videoclip alle Facetten der Mediennutzung. Ziel der Förderung ist die Unterstützung verantwortungsvoller und kreativer Mediennutzung durch Kinder und Jugendliche. Sozial benachteiligten Kindern und Jugendlichen, die häufig nicht im selben Maße Zugang zu den neuen Medien haben wie Gleichaltrige aus stabilen sozialen Verhältnissen, wird durch diese Projekte die Chance eröffnet, sich mit den vielfältigen Möglichkeiten von Computer, Internet, Digitalkamera, Camcorder, Musiksoftware, Radioredaktion, Internetzeitung u.v.m. vertraut zu machen. Außerdem werden Medien- und soziale Kompetenz in den einzelnen Projekten eng verknüpft und auch der geschlechtsspezifische Unterschied beim Umgang mit den neuen Medien in vielen Projekten berücksichtigt.

Neben der Vermittlung von Medienkompetenz misst die Landesregierung auch dem wirksamen Jugendschutz im Kontext neuer Medien hohe Bedeutung zu. Um diesen zu gewährleisten, ist neben der Vermittlung eines verantwortungsvollen Umgangs mit Medien die konsequente Anwendung der gesetzlichen Jugendschutzbestimmungen erforderlich. Diese wurden durch das Jugendschutzgesetz (JuSchG) und den Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) zum 1. April 2003 den aktuellen Entwicklungen des Medienmarkts angepasst. Die Landesregierung setzt im Rahmen ihrer Zuständigkeit das neue Jugendschutzrecht konsequent um, insbesondere

- durch die Mitwirkung an der gesetzlichen Alterskennzeichnung von Filmen und Film- und Spielfilmprogrammen gemäß § 14 JuSchG,
- durch die Mitwirkung an der Prüftätigkeit der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien gemäß §§ 17 ff. JuSchG,
- durch die 1997 erfolgte Einrichtung und fortlaufende anteilige Finanzierung der Zentralstelle der Länder für Jugendschutz in den Telemedien „jugendschutz.net“,
- durch Fortbildung und breit angelegte Information über das Jugendschutzrecht.

Im Rahmen der ihr zur Verfügung stehenden Ressourcen bringt sich auch die Polizei intensiv in die kriminalpräventive Arbeit zum Schutz von Kindern

und Jugendlichen ein. Beispielhaft sei hier auf die gezielte und intensive Nutzung der Medien des Programms Polizeiliche Kriminalprävention des Bundes und der Länder verwiesen, dessen Projektleitung Baden-Württemberg innehat. So befasst sich die Broschüre „Wege aus der Gewalt“ für Eltern und Erziehungsverantwortliche mit konkreten Fragen des Jugendmedienschutzes. Auch die Neuauflage der Handreichung für Lehrerinnen und Lehrer mit dem Titel „Herausforderung Gewalt“ sowie ein im Sommer 2003 in Baden-Württemberg als Konsequenz aus der schrecklichen Bluttat in Erfurt produzierter Videofilm zur Gewaltprävention mit dem Titel „Abseits“, der an allen Grundschulen zum Einsatz kommen soll, setzt sich praxisorientiert mit gewaltpräventiven Inhalten und damit Fragen des Jugendschutzes auseinander. Flankierend hierzu wird derzeit vom Programm Polizeiliche Kriminalprävention des Bundes und der Länder gemeinsam mit Fachleuten aus dem Kultus- und Sozialbereich eine spezielle Handreichung für Eltern zur Unterstützung bei der Vermittlung von Medienkompetenz in der Erziehung erarbeitet, die in hoher Auflage zielgruppengerecht verteilt werden soll. Darüber hinaus werden neue Medien (Internet, CD-ROMs etc.) genutzt, um auch auf diesem Weg allgemein und zielgruppenorientiert über Kriminalitätsgefahren, Mediennutzung und Jugendschutz zeitgemäß zu informieren (z.B. [www.time4teen.de](http://www.time4teen.de)).

Neben diesen präventiven Anstrengungen überwachen die Polizeidienststellen sowohl eigeninitiativ als auch auf Grund von Anzeigen aus der Bevölkerung die Einhaltung der einschlägigen Rechtsnormen. Soweit bei Kontrollen von Jugendschutzbestimmungen spezifisches Wissen erforderlich ist, wird deren Einhaltung durch spezielle Jugendschutzstreifen der polizeilichen Jugendsachbearbeiter im Rahmen der hierfür zur Verfügung stehenden Kapazitäten überprüft. An entsprechenden Örtlichkeiten, wie zum Beispiel in Spielhallen, Videotheken und im Einzelfall auch Kaufhäusern mit entsprechenden Computerabteilungen, finden soweit erforderlich zumindest stichprobenartige Kontrollen statt.

Daneben erfolgt die Auswertung öffentlich zugänglicher Medien wie Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und Fernsehsendungen nach indizierten Medien oder Medienträgern mit strafbarem Inhalt. Entsprechend einer Vereinbarung der Innenministerkonferenz werden darüber hinaus bundesweit zentral anlassunabhängige Recherchen im Internet nach strafbaren Inhalten insbesondere durch das Bundeskriminalamt durchgeführt. Auf Grund der Datenmenge kann dies allerdings nur punktuell erfolgen. Auf Initiative Baden-Württembergs wurde eine Bund-Länder-Arbeitsgruppe eingesetzt, die derzeit Vorschläge zur Intensivierung anlassunabhängiger Recherchen und verbesserten Aufgabenabgrenzung zwischen Bundeskriminalamt und den Länderpolizeien erarbeitet.

Zur Unterstützung der örtlichen Polizeidirektionen bei Ermittlungen im Internet wurde beim Landeskriminalamt ein „Kompetenzzentrum Internet“ eingerichtet, das auch zur weiteren Verbesserung des Jugendschutzes im Internet beiträgt. Flankierend hierzu wurde die Ausbildung von Spezialisten für Ermittlungen im Internet und zur Sicherung digitaler Spuren deutlich ausgebaut.

Im Zusammenhang mit der Nutzung des Internets an Schulen ist die Landesregierung ebenfalls präventiv zum Schutz der Kinder und Jugendlichen vor jugendgefährdenden Inhalten tätig. Zum einen klärt sie die Schüler über die Risiken des Surfens auf. Auch wird durch den Einsatz geeigneter Filtersoftware die Möglichkeit, mit gefährdenden Angeboten im Internet konfrontiert zu werden, minimiert. Um nicht vor Ort selbst Filtersoftware installieren zu müssen, bietet das Landeshochschulnetz BelWü als Internet-Service-Provider (ISP) für die baden-württembergischen Schulen durch den Einsatz einer Filtertechnik wirksamen Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten an. Es

bleibt jeder Schule selbst überlassen, welche technischen Möglichkeiten sie in Anspruch nimmt. Da dennoch ein „Restrisiko“ verbleibt, sind Kinder und Jugendliche in der Schule beim Umgang mit dem Internet zu beaufsichtigen. Die Anforderungen an die Aufsicht richten sich nach dem Alter und der Einsichtsfähigkeit der Schülerinnen und Schüler.

Im Übrigen wird zum Thema Jugendschutz auf die Landtagsdrucksachen 13/1811 und 13/2089 verwiesen.

*14. wie die Landesregierung die Veränderungen in der Zeitungslandschaft bewertet und welche Konsequenzen daraus zu ziehen sind.*

Im gesamten Bundesgebiet sind in der Medienwirtschaft Konzentrationsbestrebungen zu beobachten, die auch vor den baden-württembergischen Zeitungsverlagen nicht Halt machen. Im Jahr 2002 wurden lt. VSZV insgesamt 4 der 58 selbstständigen baden-württembergischen Zeitungen teilweise oder ganz von anderen, in der Regel größeren Verlagen übernommen. Aufgrund der zurzeit angespannten wirtschaftlichen Situation müssen die Verlage künftig noch stärker als bislang kooperieren – eine vermehrte Rahmenzulieferung war auch in der Vergangenheit schon zu verzeichnen. Lt. VSZV ist vor allem beim Druck, im Vertrieb und im Anzeigengeschäft vereinzelt noch Potenzial vorhanden, um die Leistung der Unternehmen zu steigern und zugleich preiswerter zu produzieren. Im Übrigen wird auf die Ausführungen zu Frage 1 c) verwiesen.

Die Landesregierung wird sich weiterhin für eine Verbesserung der Rahmenbedingungen für die baden-württembergischen Zeitungsverlage einsetzen. So hat z.B. die Ministerpräsidentenkonferenz in jüngster Zeit Einschränkungen für die Internet-Auftritte der öffentlich-rechtlichen Sender beschlossen. Baden-Württemberg war von Anfang an für eine Beschränkung dieser aus Rundfunkgebühren finanzierten Internetauftritte auf programmbezogene Inhalte eingetreten.

Dr. Palmer  
Minister des Staatsministeriums  
und für europäische Angelegenheiten