



STANDORTFAKTOREN AM MEDIENSTANDORT NRW

Eine Unternehmensbefragung mit
Schwerpunkt auf Köln und Düsseldorf



1. PROJEKTZIEL

Die übergeordneten Ziele der Landesanstalt für Medien NRW (LFM NRW) sind die Sicherung der Meinungsfreiheit und der Medienvielfalt in NRW sowie die Stärkung von Rahmenbedingungen für eine wirtschaftlich stabile Medienlandschaft. Um diese Ziele auch effektiv erreichen zu können, benötigt die LFM NRW Erkenntnisse darüber, wie zufrieden Medienunternehmen mit den unterschiedlichen Standortfaktoren in NRW sind, welche die höchste Relevanz für sie besitzen und in welchen Bereichen aus Unternehmenssicht Optimierungsbedarfe bestehen. Die Befragung geht daher den folgenden Fragen nach: Wie zufrieden sind die Medienunternehmen mit ihren Standorten in NRW, wie schneiden sie im Vergleich mit anderen Standorten ab? Mit welchen Herausforderungen haben sie aktuell zu kämpfen? Und an welchen Punkten kann die LFM NRW mit gezielten Maßnahmen am besten unterstützen?

2. ADRESSATEN DER ERGEBNISSE

Die Untersuchung, ihre Ergebnisse und die daraus resultierenden Schlussfolgerungen richten sich an Medienunternehmen und -agenturen, insbesondere an die mittlere und obere Managementebene.

3. METHODIK

Die Prognos AG hat eine standardisierte Online-Befragung mit Medienunternehmen aus Köln und Düsseldorf durchgeführt (Befragungszeitraum: März-Mai 2023; N = 56, davon 34 in Köln, 19 in Düsseldorf und 3 weitere aus Städten im Umland). Außerdem führte die Beratungsagentur insgesamt zehn leitfadengestützte Interviews mit Medienunternehmen mit Standorten außerhalb von Köln und Düsseldorf durch. Zusätzlich führte die LFM NRW selbst Interviews mit verschiedenen Medienunternehmen mit Standorten in Köln, Dortmund und Duisburg durch (N = 7).

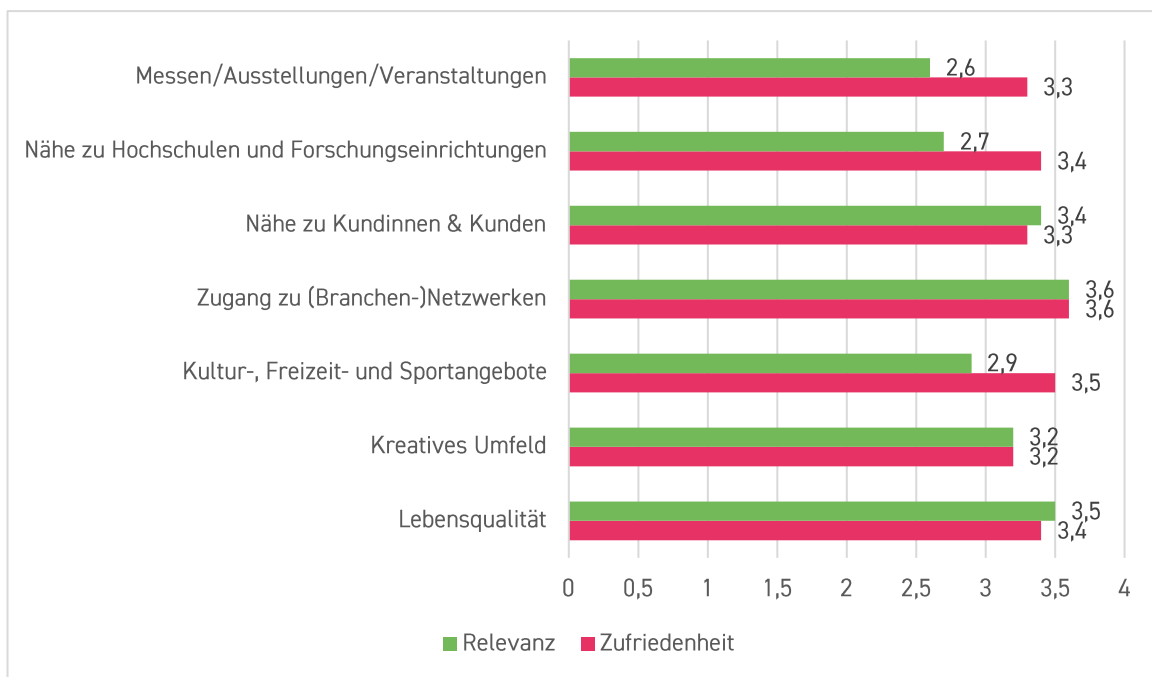
4. ERGEBNISSE

Die allgemeine Zufriedenheit mit den Standorten Köln und Düsseldorf ist hoch. 73% der befragten Unternehmen würden Köln als Standort weiterempfehlen, bei Düsseldorf liegt die Weiterempfehlungsrate bei 88%. Beide Städte schneiden sehr positiv in den Kategorien ab, die das Branchennetzwerk und die allgemeine Lebensqualität betreffen. Köln wird als besonders offen, tolerant und schnelllebig wahrgenommen und stellt somit einen starken Anziehungspunkt für Kreative und Talente dar. Düsseldorf gilt als Standort der Agenturen, besonders im Bereich Marketing und Vermarktung, und als politisches Zentrum („Publikumsstandbein“ vs. „Vermarktungsstandbein“).

4.1 POSITIVE UND NEGATIVE STANDORTFAKTOREN IN DÜSSELDORF UND KÖLN

DÜSSELDORF:

Besonders zufrieden sind Unternehmen in Düsseldorf mit dem Zugang zu (Branchen-)Netzwerken, der Lebensqualität, dem kreativen Umfeld und der Nähe zu Kundinnen und Kunden sowie zu anderen Unternehmen der Wertschöpfungskette. Diesen Faktoren wird von den Unternehmen auch eine hohe Relevanz beigemessen. Sehr positiv bewertet werden ebenfalls die örtlichen Kultur-, Freizeit- und Sportangebote, die Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen sowie Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen. Diese Faktoren stufen die Unternehmen jedoch als weniger relevant für sich ein. Als negative Faktoren werden besonders organisatorische Faktoren angeführt: Die Qualität, Transparenz und Schnelligkeit von Genehmigungsverfahren, die mangelnde Unternehmensorientierung der Verwaltung und hohe Mietkosten von Büro- und Arbeitsräumen. Auch in den Themen „Zugang zu Fördermitteln“ und „Unterstützung bei Antrags- und Genehmigungsverfahren“ zeichnet sich eine unzufriedene Tendenz ab.

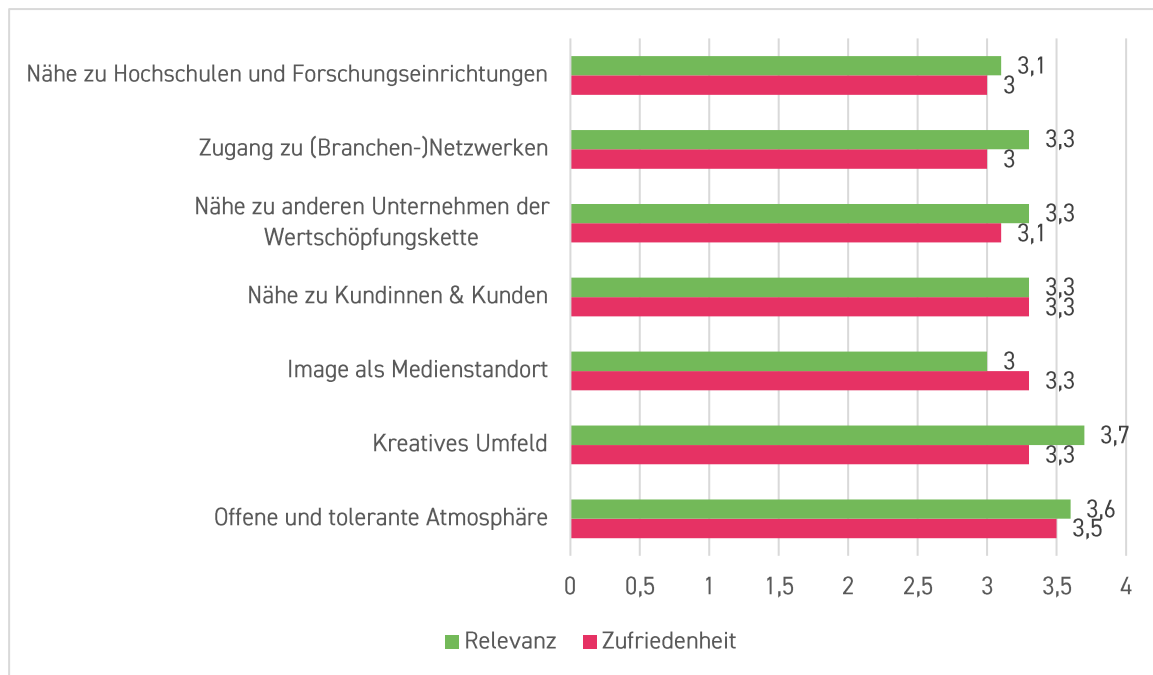


KÖLN:

Die Ergebnisse für Köln fallen vergleichbar aus. Am besten bewertet werden hier die offene und tolerante Atmosphäre, das kreative Umfeld und das Image als Medienstandort. Ebenfalls positiv werden die Nähe zu Kundinnen und Kunden, zu anderen Unternehmen in der Wertschöpfungskette und der Zugang zu (Branchen-)Netzwerken bewertet. Die Befragten messen für Köln der Nähe zu Hochschulen und Forschungseinrichtungen im Vergleich zu Düsseldorf eine etwas höhere Bedeutung zu und bewerten diesen Faktor ebenfalls als positiv. Wie für Düsseldorf kommt auch in Köln eine allgemeine Unzufriedenheit mit den Verwaltungsprozessen zum Ausdruck. Hier werden die gleichen Faktoren wie für Düsseldorf mit sehr ähnlichen Zufriedenheitsniveaus genannt.



Im Gegensatz zu anderen Standorten inner- und außerhalb NRWs bewerten die Interviewten vor allem die Clusterbildung um Düsseldorf und Köln und die daraus resultierenden Synergieeffekte als zentralen Erfolgsfaktor. Das Potenzial und die Anziehungskraft dieses Clusters mache besonders NRW auch deutschlandweit einzigartig gegenüber anderen Medienstandorten wie München oder Berlin.



4.2 GRÖSSTE HERAUSFORDERUNGEN DER UNTERNEHMEN

Als größte Herausforderungen der Unternehmen werden maßgeblich folgende Faktoren genannt: **Nachwuchs- und Fachkräftemangel** (52%), **Transformation der Medienlandschaft** (50%) und die **Digitale Transformation** (43%).

Aus den Interviews geht hervor, dass die Gründe für den Fachkräftemangel vor allem darin liegen, dass die Attraktivität vieler Medienberufe aufgrund ungünstiger Rahmenbedingungen abgenommen hat. Daraus resultiert auch eine hohe Fluktuation in der Belegschaft, was einige Unternehmen vor zusätzliche Herausforderungen stellt. Außerdem haben sich die Ansprüche der Bewerberinnen und Bewerber verändert. Als entscheidendes Kriterium sehen einige Interviewte die Möglichkeit des mobilen Arbeitens.

Die Transformation der Medienlandschaft hat für Unternehmen zur Konsequenz, dass sich große Plattformen zunehmend durchsetzen und es insbesondere für kleinere Unternehmen schwieriger wird, Werbeeinnahmen zu generieren und sich langfristig gegen die großen Player durchzusetzen. Generell stellt die digitale Transformation die Branche vor große Herausforderungen und macht es notwendig, neue Distributionswege und Geschäftsmodelle, insbesondere unter Einbeziehung von KI, zu erschließen.



4.3 HANDLUNGSFELDER UND HANDLUNGSORIENTIERUNGEN

HANDLUNGSFELDER:

Anhand der Befragungen und Interviews konnte die LFM NRW folgende Handlungsfelder identifizieren:

- **Fachkräfte und Nachwuchs:** Die Bedingungen für Berufseinsteigerinnen und Berufseinsteiger können verbessert werden. Die Förderung und zeitgemäße Qualifizierung des Nachwuchses ist notwendig, um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken.
- **Standortmarketing:** In mehreren Interviews wurde explizit der Bedarf und Wunsch nach einem intensiveren Standortmarketing für die Medienlandschaft NRW geäußert. Dieses einzigartige Netzwerk und seine Vorzüge werden zu wenig für entsprechende Marketingmaßnahmen genutzt. Eine konzentriertere Sichtbarmachung der Attraktivität des Standorts NRW kann wiederum auch relevante Fachkräfte anziehen.
- **Vernetzung:** Die Synergieeffekte der Medienlandschaft in NRW und die „kurzen Wege“ werden immer wieder als größter Vorzug der Region hervorgehoben. Dieser Aspekt kann weiter gestärkt werden, indem Kooperationen, auch über die Branche hinaus, ermöglicht werden.
- **Stärkung Medienwirtschaft:** Die Branche ist darauf angewiesen, Innovationen zu implementieren und nachhaltige, vor allem digitale Geschäftsmodelle zu entwickeln. Die Interviews ergaben, dass gerade im Bereich der Start-ups und der Bedingungen für Gründerinnen und Gründer in NRW noch Verbesserungspotenzial liegt.

HANDLUNGSORIENTIERUNGEN:

Die LFM NRW steht für den Schutz der Medienvielfalt. Vielfalt meint in diesem Fall die Meinungs-, Angebots- und Anbietervielfalt in der Medienbranche in NRW. Die Vielfaltssicherung ist unmittelbar mit der Stärkung des Standorts verknüpft: Ein breites Spektrum an Anbietern und Formaten ermöglicht es den Konsumentinnen und Konsumenten, sich eine fundierte, differenzierte Meinung zu bilden. Diese Angebotsvielfalt kann nur durch einen wirtschaftlich stabilen und für Fachkräfte sichtbaren und attraktiven Medienstandort in NRW garantiert werden.

Die LFM NRW fokussiert ihre Tätigkeit auf zwei Schwerpunkte, die Medienunternehmen vor besondere Herausforderungen stellen: Fachkräftemangel und Digitale Transformation. Um die Medienunternehmen in NRW dabei zu unterstützen, diese Herausforderungen in der Zukunft besser zu meistern und damit zur Stabilität und Vielfalt des Medienstandortes beizutragen, konzentriert sich die LFM NRW auf Maßnahmen in den folgenden Bereichen: AUS- und WEITERBILDUNG und STANDORTSTÄRKUNG.

4.4 AUS- UND WEITERBILDUNG

Durch ihre vielfältigen Maßnahmen fördert und qualifiziert die LFM NRW Fachkräfte vom Berufseinstieg bis in Führungspositionen, ausgerichtet an aktuellen Bedarfen der Medienbranche. Außerdem unterstützt sie Medienunternehmen in NRW bei der Positionierung als attraktive Arbeitgeber, um Anreize für qualifizierte Nachwuchs- und Fachkräfte zu schaffen. Die LFM NRW fungiert somit als Vermittlungsinstanz zwischen Talenten und potenziellen Arbeitsgebern.

Um der notwendigen Weiterentwicklung entlang der jeweils aktuellen Mediennutzungsmuster, technologischen Entwicklungen und neuen Geschäftsfeldern Rechnung zu tragen, unterstützt die LFM NRW mit der Initiative **Medienkarriere NRW** die Qualifizierung und den Austausch von Nachwuchs-, Fach- und Führungskräften in den Medien. Ziel der Initiative ist es, die Herausforderungen der unterschiedlichen Zielgruppen möglichst passgenau zu adressieren.

Der **Karrieretag** ermöglicht es Studierenden aus unterschiedlichen Fachbereichen, mit Medienunternehmen direkt in Kontakt zu treten und den individuellen Einstieg in die Medienbranche zu finden. Gleichzeitig unterstützt die LFM NRW die Unternehmen in ihrem Recruiting-Prozess junger Talente. Das **NRW Media Traineeship** fördert unmittelbar Nachwuchskräfte, indem diese über einen Zeitraum von 18 Monaten ausgebildet werden und Praxisstationen in verschiedenen Unternehmen durchlaufen.

Die **Media Innovation Masterclass** sowie die **Media Leadership Masterclass** richten sich an Fach- und Führungskräfte der Medienbranche. Die Maßnahmen unterstützen die Teilnehmenden bei der Realisierung innovativer Projekte zur digitalen Transformation im Unternehmen oder in der Schulung von Führungs- und Strategiekompetenzen in Zeiten des digitalen Wandels.

4.5 STANDORTSTÄRKUNG

Um die Medienunternehmen am Standort NRW in der digitalen Transformation zu stärken, bietet die LFM NRW gezielt Maßnahmen an, die Unternehmen dabei unterstützen, Innovationen im digitalen Bereich umzusetzen. Damit soll gewährleistet werden, dass Medien in NRW sich wirtschaftlich und zukunftsfähig weiterentwickeln und von ihnen Impulse für die gesamte Branche ausgehen, wodurch insgesamt der Medienstandort NRW gestärkt wird. Die LFM NRW fördert hierbei eine große Bandbreite an Unternehmen, von Start-ups bis hin zu etablierten Unternehmen. Zu den Maßnahmen zählen u. a. das **Media Innovation Förderprogramm** und die **Strategische KI-Beratung**.

Außerdem steht die LFM NRW in engem Austausch mit anderen Landesmedienanstalten, um Maßnahmen zu bündeln und gemeinsam zu entwickeln. Zu den Kooperationsprojekten zählen u. a. die Media Leadership Masterclass, die gemeinsam von der LFM NRW und dem Media Lab Bayern konzipiert und durchgeführt wird, und die Plattform Medien-Förderung, ein gemeinsamer Service der führenden Fördereinrichtungen für Projekte im Journalismus und der Medienbranche Deutschlands. Betreiber sind das Media Lab Bayern, die LFM NRW, das MIZ Babelsberg und die LFK Baden-Württemberg.

Weiterführende Informationen finden Sie auf der Homepage der LFM NRW und des Journalismus Lab.



IMPRESSUM

Herausgeberin:

Landesanstalt für Medien NRW
Zollhof 2
D-40221 Düsseldorf

info@medienanstalt-nrw.de
www.medienanstalt-nrw.de

Verantwortlich:

Sabrina Nennstiel (Leiterin Kommunikation)
Simone Jost-Westendorf (Leiterin Journalismus & Innovation)

In Zusammenarbeit mit der Prognos AG