

Beratungsbericht zum Workshop

„Dienstleister Medien“

Moderation:

Reiner W. Schulz [PRE] Berlin
Projektentwicklung und -controlling GmbH



Inhaltsübersicht

1	Ziele des Workshops:	3
2	Erwartungen an den Workshop und erhoffte Ergebnisse	3
3	Teilnehmer am Workshop	3
4	Themenkomplex „Clusterbildung“ am Medienstandort	3
5	Themenkomplex „regionale Netzwerke aufgrund der Clusterbildung“	4
6	Zusätzlicher Themenkomplex „Erscheinungsbild des Medienstandortes Potsdamer Strasse“	4
7	Themenkomplex „mögliche Verbesserungspotenziale“	4
8	Zusammenfassung	5



1 Ziele des Workshops:

Ziele des Workshops „Dienstleister Medien“ im Rahmen der Fachtagung „Regionale Cluster“ waren:

1. Entwicklung der großen Gruppe „Dienstleistungsunternehmen“ am Standort
2. Partizipierung an der positiven Entwicklung am Medienstandort
3. Zusammenarbeit mit den Auftraggebern am Medienstandort
4. Möglichkeiten der Zusammenarbeit in eigenen Netzwerken

2 Erwartungen an den Workshop und erhoffte Ergebnisse

Erwartungen und erhoffte Ergebnisse der Teilnehmer und des Moderatoren an den Workshop waren:

1. Offener Gedanken – und Meinungs austausch zum Thema
2. Anregungen zur weiteren Verstärkung des Prozesses
3. Denkanstöße für die Verantwortlichen
4. Gelegenheit zum kennen lernen und Unterstützung des Netzwerkgedankens

3 Teilnehmer am Workshop

Der Workshop „Dienstleister Medien“ war mit ca. 10 Teilnehmern gemäß der Teilnehmerzahl an der Fachtagung und der parallelen Durchführung weiterer Workshops relativ gut besucht.

Leider nahmen am Workshop nur Vertreter von Dienstleitern bzw. auch einem in Teilen selbst beauftragenden Unternehmen teil.

Die „Big Player“ der „°mstreet“ nahmen leider nicht teil, was allseits sehr bemängelt wurde.

4 Themenkomplex „Clusterbildung“ am Medienstandort

(globale Aussagen zum Standort)

Im Rahmen des Workshops „Dienstleister Medien“ wurde festgestellt, dass sich am Medienstandort Potsdamer Strasse derzeit im klassischen Sinn kein „Cluster“ gebildet hat, sondern dass sich eher persönliche Netzwerke gebildet haben, die sich im Rahmen des einsetzenden Prozesses derzeit z.B. über den Medienstammtisch strukturieren.



Die Vergabe und Inanspruchnahme von Leistungen innerhalb der Netzwerke ist derzeit noch nicht nachhaltig ausgeprägt und eine gezielte Vergabe von Leistungen innerhalb des Standortes gerade von den „Big Playern“ an die sich am Standort befindlichen Dienstleister findet derzeit kaum statt.

In diesem Zusammenhang wurde vorgeschlagen, die innerhalb der Netzwerke anfragbaren speziellen Leistungen über eine „Ansprechstelle für Dienstleistungen“ besser erkennbarer und erreichbarer zu machen.

5 Themenkomplex „regionale Netzwerke aufgrund der Clusterbildung“

(spezifische Aussagen zur Zusammenarbeit mit „Auftraggebern“ und der Dienstleister untereinander)

Die derzeit bestehenden Netzwerke am Medienstandort Potsdamer Strasse basieren fast ausschließlich auf persönlichen Verbindungen, deren Kunden jedoch zu großen Teilen außerhalb des Standortes und der Netzwerke zu finden sind.

Netzwerke zwischen den Vorort befindlichen großen Medienunternehmen und dem Heer an Dienstleister (400 Unternehmen am Standort) bestehen faktisch nicht. Ein Leistungsaustausch findet kaum statt.

6 Zusätzlicher Themenkomplex „Erscheinungsbild des Medienstandortes Potsdamer Strasse“

Von den Teilnehmern wurde nachdrücklich auf das derzeit in Teilen nicht gegebene gute Erscheinungsbild des Medienstandortes Potsdamer Strasse hingewiesen und auf die Verantwortung der Bezirksverwaltung und der privaten Hauseigentümer hingewiesen.

Besondere Schwerpunkte waren hier:

- Leerstand an Gewerbeeinrichtungen
- Ordnung und Sauberkeit im Straßenbild
- Mögliches soziales Abgleiten bestimmter Bereiche der Potsdamer Strasse

Es wurde der Wunsch zu nachhaltigen Aufwertung des Quartiers und zur auch äußeren Erkennbarkeit der guten wirtschaftlichen Entwicklung geäußert.

7 Themenkomplex „mögliche Verbesserungspotenziale“

(konkrete Vorschläge und Hinweise zur weiteren Verbesserung)

Nachfolgende konkrete Vorschläge zu den verschiedenen Themenkomplexen wurden innerhalb des Workshops von den Teilnehmern erarbeitet:



1. Einrichtung einer „Ansprechstelle für spezielle Dienstleistungen“
2. Neuauflage der Zusammenarbeit zwischen dem Netzwerk, dem Quartiersmanagement (BZA) und den privaten Eigentümern zur Standortaufwertung
3. aktives Leerstandsmanagement im gewerblichen Bereich
4. Durchführung von Künstlerprojekten (wie z.B. „Magistrale“)
5. Initiierung einer Ansiedlungsoffensive
6. Einrichtung eines Mediencafés (ggf. im Rahmen der Ansiedlung „FAB“)
7. Aktive Vermarktung der Marke „°mstreet“ über alle Partner in den verschiedenen Netzwerken und über das Bezirksamt
8. Sicherung der Erkennbarkeit des Projektes „°mstreet“ am Medienstandort Potsdamer Strasse

8 Zusammenfassung

Zusammenfassend muss eingeschätzt werden, dass sich derzeit am Medienstandort Potsdamer Strasse noch kein Cluster im herkömmlichen Sinne gebildet hat.

Es bestehen einzelne sich auf persönlichen Verbindungen aufbauende Netzwerke, die sich im Rahmen von Initiativen wie z.B. dem Medienstammtisch derzeit strukturieren und an Profil gewinnen.

Negativ wird derzeit das äußere Erscheinungsbild der Potsdamer Strasse gesehen, das nicht die erfolgreichen Ansiedlungen und Entwicklungen des Standortes wieder spiegelt.

Die Teilnehmer des Workshops unterbreiteten umfangreiche und nachhaltige Vorschläge zur weiteren positiven Entwicklung der „°mstreet“ und forderten alle Beteiligten in Politik und Wirtschaft zum aktiven Handeln auf.

Erstellt: Berlin, den 20.11.2006

Reiner W. Schulz

[PRE] Berlin GmbH

Projektentwicklung und -controlling