

# PRESSE

MEDIENNETZWERK  
POTSDAMER/BÜLOWSTRASSE

# INFORMATION

VORSTELLUNG DER STUDIE  
ZUM MEDIENSTANDORT  
POTSDAMER/BÜLOWSTRASSE

STAND: 10.03.2005



## PROJEKTBÜRO

Potsdamer Str. 93 | 10785 Berlin

Tel: 030 - 789 51 50-0

Fax: 030 - 789 51 50-4

info@medienportal-berlin.de

[www.medienportal-berlin.de](http://www.medienportal-berlin.de)

## **ABLAUF DER PRESSEKONFERENZ AM 10.3.2004**

11.00 **Begrüßung und Moderation** (Ute Großmann, mpr Unternehmensberatung)

11.05 **Kurzdarstellung des Projektes** (Viktor Grandgeorg, Mediennetzwerk)

- Maßnahmen (Adressbuch, Internetportal, Medienmesse, Medienstammtisch)
- Resonanz

11:15 **Elisabeth Dr. Ziemer** (Bezirksstadträtin Tempelhof-Schöneberg, Abt. Gesundheit, Stadtentwicklung und Quartiersmanagement)

Bericht über die Medienmesse:

- War die Messe aus Sicht des Bezirkes erfolgreich?
- Erkenntnisse aus der Medienmesse

11:20 **Vorstellung der Ergebnisse des Standortprofils** (Cristina Suárez, Mediennetzwerk)

11:30 **Dorothee Dubrau/ Dirk Lamprecht** (Bezirksstadträtin/ Bezirksstadtrat Mitte, Stadtentwicklung/ Wirtschaft)

- Vergleich zu Mitte (Branchenstruktur, Verlage etc.)
- Wie kann man den Standort fördern?

11:35 **Ideenpool - Zukunftsperspektiven** (Heidrun Abraham, Mediennetzwerk)

11:45 **Ekkehard Band** (Bezirksbürgermeister von Tempelhof-Schöneberg)

- Sind die Ideen für die Zukunft aus Sicht des Bezirkes erfolgreich?
- Wie weit ist der Bezirk bereit, sich zu engagieren?

11:50 **Sicht der Medienunternehmen**

Zu der Konferenz wurden alle Medienunternehmen des Standortes eingeladen.

**Fragen und Antworten**

## **PRESSEINFORMATION**

### **- Medienstandort Potsdamer/Bülowstraße etabliert sich -**

Berlin, 10. März 2005 – Mehr als 350 Medienunternehmen, darunter bekannte Namen wieder Tagesspiegel, TIP, X-Filme und Radio Energy befinden sich in der Potsdamer Straße und Bülowstraße. Die erste, sehr erfolgreiche Medienmesse im Januar dieses Jahres mit mehr als 450 Besucherinnen und Besuchern hat gezeigt, dass auch eine Vielzahl leistungsfähiger kleiner und mittelständischer Unternehmen das Gebiet zu einem unverzichtbaren Medienstandort in Berlin macht.

Das "Potse People Projekt" war die Startphase zur Initiierung des Mediennetzwerkes Potsdamer/ Bülowstraße und ist nun abgeschlossen. Das Projektteam hat unterschiedliche Maßnahmen entwickelt und durchgeführt, um die Potenziale aller Medienschaffenden in diesem Gebiet sichtbar zu machen und sie miteinander zu vernetzen:

- Das Mediennetzwerk Potsdamer/Bülowstraße bietet im Internet unter **www.medienportal-berlin.de**, neben Hintergründen zur Idee, weiterführende Informationen zum Standort und eine ständig wachsende Datenbank der lokalen Medienunternehmen und Freiberufler der Branche. Dieses **Branchenbuch** bietet eine Fülle von aktuellen Informationen über die verschiedenen Medienschaffenden am Medienstandort.
- Die **Medienmesse** Ende Januar im „Kapital“ zeigte die geballte Medienkompetenz, die sich entlang der Potsdamer Straße versteckt. Das Messe-Highlight zeigte wie groß die Medienszene ist und ermöglichte Kontakte zwischen den im Gebiet arbeitenden Medienschaffenden.
- Medienunternehmen im Areal Potsdamer Straße/Bülowstraße zum Standort befragt und interessante Auskünfte zu den Unternehmen, über **Stärken und Schwächen des Standortes** und über Erwartungen in Bezug auf seine Entwicklung sowie weitere Aktivitäten des Mediennetzwerkes Potsdamer/Bülowstraße erhalten (siehe Anhang). Die Ergebnisse der Befragung liefern Erkenntnisse über Potenziale und Defizite am Medienstandort entlang der Potsdamer Straße. Sie dienen als Wegweiser für künftige Aktivitäten des Mediennetzwerkes Potsdamer/Bülowstraße.
- Unter besonderer Berücksichtigung der geäußerten Wünsche der Medienunternehmen, hat das Projektteam ein Ideenpool entwickelt (siehe Anhang). Für das zukünftige Image des Medienstandortes "Potsdamer/Bülowstraße" ist es vorrangig, die Medienunternehmen im Gebiet zu halten und für ihren Standort zu interessieren.

Das Projekt wird im Rahmen des Quartiersmanagements Schöneberger Norden gefördert und in Zusammenarbeit mit dem Quartiersmanagement Tiergarten Süd und der Wirtschaftsförderung der Bezirke Tempelhof-Schöneberg und Mitte umgesetzt.

## STANDORTPROFIL

### Ergebnisse der Umfrage

Mehr als 350 Medienunternehmen, darunter bekannte Namen wie der Tagesspiegel, Tip, X-Filme und Radio Energy haben sich in den letzten Jahren entlang der Potsdamer Strasse und der Bülowstrasse angesiedelt. Es hat sich gezeigt, dass im Gebiet eine breite Mischung von Unternehmen aus allen Sparten der Medienbranche ansässig ist. Charakteristisch für den Standort ist eine Mischung aus Großunternehmen, Kleinbetrieben und Freiberuflern. Die vorhandenen Unternehmen stellen das besondere Potential des Gebietes dar, das nicht zuletzt auf einer gesunden Mischung von Unternehmen mit Tradition und Neugründungen beruht.

Den branchenspezifischen Schwerpunkt der Medienwirtschaft am Standort bilden im Hinblick auf die Zahl der Unternehmen die Bereiche „Film, TV & Theater“ (12%) sowie „Grafik, Design und Layout“ (11%). Je 9% der Unternehmen sind in dem Bereich „Produktion“. 8% entfallen auf „Werbung, Marketing und PR“ und je 7% auf die Bereiche „IT“, „Agenturen“ und „Dienstleistung Medienservice“. Das durchschnittliche Betriebsalter der Medienwirtschaft am Standort beträgt 10 Jahre. Besonders viele junge Unternehmen gibt es in den Branchen Multimedia/Internet sowie Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Als wesentliche Stärken des Medienstandortes wurden von den Unternehmen die Kombination der zentralen Lage und der guten Verkehrsanbindung. Sie bemängelten aber eine zu geringe Ausstrahlung sowie ein noch zu unscharfes Image-Profil des Medienstandortes. Die Mehrzahl der Unternehmen befürwortet Maßnahmen zu Standortprofilierung und ein Teil ist auch bereit, in entsprechenden Initiativen mitzuwirken. Viele Unternehmen kennen ihre „Nachbarn“ nicht und wissen deshalb auch nicht, was diese zu bieten haben. Die Ansässigen haben mit den unschönen Seiten des Stadtteiles zu leben gelernt, vor den Kunden jedoch, ist ihnen die Situation peinlich. Insbesondere, dass die Straßenprostitution gerade an den beiden U-Bahnhöfen Bülowstraße und Kurfürstenstraße so augenfällig ist.

Gewünscht wird kein Prenzlauer Berg, keine Wilmsdorfer Straße und keine Touristenmeile. Lediglich eine schonende Verschiebung zurück zur "gesunden Mischung". Etwas mehr Bildungsbürgertum, Cafés und interessante Geschäfte, Belebung des Straßenbildes und Zurücknahme von Dreck, bedrohlichen Situationen, "Schandflecken" und "Schmuddelimage".

## **SCHWÄCHEN UND STÄRKEN**

### **STÄRKEN**

#### **Die Medienszene**

Die ansässige Medienszene stellt das größte Potential für den Standort dar. Die 350 Unternehmen der Medienbranche sind ein Trumpf, den das Gebiet um die Potsdamer Straße hat.

#### **Erreichbarkeit**

Eine hochwertige Verkehrsinfrastruktur wird als ein positiver Effekt identifiziert. In seiner gesamten Einschätzung wurde der Standortfaktor "Erreichbarkeit" von den Medienunternehmen als wichtig eingestuft. Mehrere U-Bahn und S-Bahn-Linien sowie Busse sind schnell zu erreichen.

#### **Räumliche Nähe**

Die direkte Kundennähe am Medienstandort ist weiterhin ein bedeutender Standortfaktor. Die räumliche Konzentration unterschiedlicher Branchen schafft auch Vorteile, wie z. B. eine höhere Anzahl an Zielkunden und ein leichter Zugang zu Finanzierungsquellen. Gemeinsam kann man neue Anwendungsmöglichkeiten entwickeln und damit den eigenen Tätigkeitsbereich erweitern.

#### **Nähe zum Potsdamer Platz**

Die Nähe zum Potsdamer Platz und zum Zentrum ist für viele Unternehmen als Hauptstadtfaktor wichtig. Der Potsdamer Platz hat sich in den letzten Jahren zu einem Markenzeichen für Berlin entwickelt und ist das Zentrum der Berlinale. Das sollte man als Chance für den Standort betrachten.

#### **Preiswerte und schöne Büros und gewerbliche Räumlichkeiten**

Die Mietpreise erhalten als einer der wichtigsten Kostenfaktoren eine hohe Beachtung am Standort. Aus Sicht der Unternehmen liegen die entscheidenden Standortvorteile in der zentralen Lage des Standortes und in den günstigen Mieten.

#### **Kooperationsmöglichkeiten am Standort**

Um am Markt bestehen zu können, ist die frühzeitige Zusammenarbeit mit anderen erforderlich. Gerade in der Medienbranche werden viele Aufträge in Form von Projekten abgearbeitet. Dazu sind zeitlich limitierte, branchenübergreifende Kooperationen notwendig.

#### **Wohnmöglichkeiten vor Ort**

Die Mischung aus Gewerbe und Wohngebiet ist für einige der Medienunternehmen ein wichtiger Standortfaktor, denn viele wohnen in der unmittelbaren Umgebung und können zu Fuß zur Arbeit gehen.

#### **Traditionsreicher Medienstandort**

Die Potsdamer Straße und ihre Umgebung kann auf eine Tradition als Medienstandort im Zentrum der Stadt verweisen. Diese Tradition ist heute nicht mehr sichtbar, stellt aber ein Potential im Hinblick auf die zukünftige Vermarktung des Standortes dar.

#### **Identifikation mit dem Standort**

Viele MedienunternehmerInnen mögen, ja sogar lieben den Standort Potsdamer/Bülowstraße und sind seit Jahren bewusst gerne hier. Es wurde in Gesprächen immer wieder betont, dass

- 5 -

gerade die "abgerockte" Mischung des Standortes gefällt und dass keiner hier ein hippestes Viertel möchte.

## **SCHWÄCHEN**

### **Einzelhandel**

Das Verschwinden kleiner, von ihren Inhabern geführter Geschäfte, die Probleme der Warenhäuser und das Vorrücken der Discount-Läden führen dazu, dass das Gebiet Potsdamer/ Bülowstraße unter Druck gerät. Die Gegend verliert durch zunehmenden Leerstand an Attraktivität und droht wegzubrechen.

### **Image des Standortes**

Das Gebiet rund um die Potsdamer Straße wird in den meisten Medien negativ dargestellt. Das Negativimage des Standortes wird im Wesentlichen von den Milieus Drogen und Prostitution geprägt.

### **Kriminalität**

Zu den sozialen Problemen im Kiez kommt auch die Kriminalität hinzu. Allerdings behaupteten viele der Befragten, dass sich die Situation in den letzten drei Jahren entschärft habe.

### **Verschmutzung auf der Strasse**

Viele der Befragten beklagten sich über die Verschmutzung des Standortes. Es sei ein Problem, das in Verbindung mit der Prostitutions- und Zuhälterszene vor allem rund um die Kurfürstenstraße auftritt.

### **Hohe Fluktuation von Unternehmen am Standort**

Wichtige altansässige Unternehmen wie Jacobs & Schulz, die Kommedia Buchhandlung oder Foto Wegert sind vom Standort weggezogen. Auch die Fachbuchhandlung Struppe & Winckler verlegt nach mehr als 100 Jahren ihren Standort innerhalb Berlins von der Potsdamer Straße zum Gendarmenmarkt.

### **Gastronomische Schwäche**

Wenig überzeugt sind die Unternehmen von den Einkaufs- und Freizeitmöglichkeiten, sowie von der gastronomischen Versorgung. Die Befragten bemängeln ein besseres Angebot an Cafés und Restaurants und vermissen eine breitere Palette an Orten für den Mittagstisch.

### **Keine Anbindung an den Potsdamer Platz**

Besonders auffällig war bei den Interviews die Aussage, dass der Medienstandort nicht an den Potsdamer Platz angebunden sei. Viele der Medienunternehmen würden gerne die Potsdamer Straße als Weg und Tür zum Potsdamer Platz sehen.

### **Parkraumbewirtschaftung**

Viele der Befragten beschwerten sich über die Einführung der Parkraumbewirtschaftung im Gebiet. Die meisten ärgern sich, dass sie oder ihre Kunden eine Parkgebühr bezahlen sollen. Andere hingegen geben zu, dass jetzt mehr Parkplätze für Kundschaft zur Verfügung stehen und sich die Situation gebessert habe.

## IDEENPOOL

Folgende Projektideen hat das Projektteam unter Berücksichtigung der Wünsche der Medienunternehmen entwickelt:

**Projekt 1: Mediennetzwerk-Informationsstelle**

Ladenbüro als Anlaufstelle für Anfragen zum Mediennetzwerk.

**Projekt 2: Newsletter für die Berliner Medienszene (extern)**

Ein redaktionell auf die „Externen“ ausgerichteter Newsletter, der für den Standort wirbt und die Potenziale des Standortes bekannt macht.

**Projekt 3: Newsletter für das Mediennetzwerk (intern)**

Ein monatlich erscheinender Newsletter informiert die Medienszene am Medienstandort Potsdamer/Bülowstraße über Besonderes aus dem Mediennetzwerk, aus dem Kiez und über Veranstaltungen.

**Projekt 4: Zentrale Auftragsvermittlung**

Eine Personalagentur sieht das Potenzial der ansässigen Medienunternehmen, akquiriert und vermittelt Aufträge von außerhalb sowie mediennetzwerkintern.

**Projekt 5: Führungen durch Medienunternehmen**

Gruppenführungen zu Medienunternehmen am Standort. Die Führungen könnten sich entweder auf die größeren Medienhäuser konzentrieren oder thematisch angelegt sein (Filmführung, Designführung, Verlagsführung etc.)

**Projekt 6: Imagefilm zum Medienstandort**

Ein Imagefilm stellt die Potenziale des Standortes dar. Der Film kann überall gezeigt werden, wo man aktiv für den Standort werben kann. Auch den Anwohnern und Medienleuten vom Standort selber kann er präsentiert werden, um eine Identifikation mit dem Standort zu fördern.

**Projekt 7: Fernseh-Dokumentation über das Mediennetzwerk**

**Projekt 8: Podiumsdiskussion zur Standortentwicklung**

Gäste (z. B.): Politiker, Stadtteilverein, Marketingclub, IG Potsdamer Straße, Stadtplanungsinstitut Topos, Medienunternehmer, Stadtentwickler, Marketingexperten, Presse. Themen: die Ergebnisse der Befragung der Medienunternehmen Meinungen zu den Stärken und Defiziten des Standortes, Wünsche, Beschwerden, Stellungnahmen.

- 7 -

**Projekt 9: Veranstaltungskalender**

Pflege eines Online-Veranstaltungskalenders mit für die Medienbranche interessanten Veranstaltungen im Quartier oder angrenzenden Gebieten.

**Projekt 10: Mediennetzwerk Standortplan (Mediaguide) als Taschenplan**

Ein Stadtteilplan im zusammenfaltbaren Taschenformat oder als handliche Broschüre verzeichnet alle Medienunternehmen mit Legende (Name/Profil).

**Projekt 11: Mediennetzwerk Standortplan als Infoterminal**

**Projekt 12: Mediennetzwerk Standortplan als Wandtafel**

**Projekt 13: Ambient-Werbung**

Werbung speziell im Kiez weist auf das Mediennetzwerk und einzelne Medienunternehmen hin. Z. B. auf Bierdeckeln, Papiertüten (Bäcker, Bioladen etc.), Flyern, Werbedisplays oder Werbewandtafeln in Kneipen, Anzeigen im Quartiersblatt, im Magistrale-Programm und weiteren Druckprodukten aus dem Quartier.

**Projekt 14: Special-Events zu Vorzugspreisen für Mediennetzwerker**

**Projekt 15: Bands aus Medienunternehmen treten gegeneinander an**

**Projekt 16: Fußballturnier aus Medienmannschaften**

**Projekt 17: Tischfußballturnier aus Medienmannschaften**

**Projekt 18: Potse People Fanartikel**

Im Potse-People-Onlineshop werden außer T-Shirts auch Tassen, Taschen, Schlüsselbänder etc. angeboten.

**Projekt 19: Talentschmiede**

Ein Wettbewerb wird ausgeschrieben unter Nachwuchskräften in den ansässigen Medienunternehmen. Bei einer Veranstaltung präsentieren Auszubildende und Berufsanfänger ihre Wettbewerbsbeiträge dem Publikum.

**Projekt 20: Potse People Pride: Hall of Fame / Trophäenraum**

Alle renommierten Preise, die Medienunternehmen im Quartier bereits gewonnen haben, werden in einer Ausstellung samt der zugehörigen Arbeiten gezeigt.

**Projekt 21: Vereinszimmer**

Das Mediennetzwerk erhält ein „Vereinszimmer“ mit Tresen, Tischfußball, Pokalregal, Präsentationstechnik, Seminarraum etc., wo Workshops, Vorträge und der Medienstammtisch abgehalten werden.

**Projekt 22: Das Mediennetzwerk zum Staunen**

Rubriken wie „Hätten Sie’s gewusst ...?“, „Unglaublich, aber wahr ...“, „Kennen Sie den ...?“ werden in den Newslettern und in die Moderation von Veranstaltungen eingebaut. Ein Redakteur recherchiert Anekdoten und Wissenswertes zu Personen/ Unternehmen aus dem Mediennetzwerk und zum Standort.

**Projekt 23: Schnitzeljagd**

Eine Schnitzeljagd/Stadtteilrallye durch die Medienszene des Kiezes.

**Projekt 24: Tag der Offenen Türen „Potse People Day“**

„Magistrale“ für die Medienszene am Medienstandort Potsdamer/Bülowstraße. Außer offenen Medienhäusern sollen Führungen, mediale Ausstellungen und viele Specials geboten werden.

**Projekt 25: Mediennetzwerkbeauftragter**

Der Medienbeauftragte hat die Aufgabe, das Mediennetzwerk bei anderen Netzwerken, Verbänden, Interessengemeinschaften zu vertreten.

**Projekt 26: Mediennetzwerk-Eventabteilung / Partybeauftragte**

Eine Veranstaltungsagentur initiiert regelmäßig Events für die lokale Medienszene. Die Umfrageergebnisse machten ein großes Bedürfnis an Partys sichtbar. After-Work-Partys speziell für die Mediennetzwerker könnten angeboten werden.

**Projekt 27: Medienlunch**

Ein Medienunternehmen lädt als Gastgeber zum Mittagessen. Ca. 8 Personen essen gemeinsam zum Selbstkostenpreis. Für die Mischung der Personen ist der Gastgeber verantwortlich.

**Projekt 28: Potse People Picknick**

Das Medienlunch oder der Stammtisch wird als Picknick im Tiergarten veranstaltet.

**Projekt 29: Medienhaus**

Ein Medienhaus mit Kantine/Gastronomie bietet vielen kleinen Medienunternehmen günstige Mieten und Infrastruktur. Vorbild: „Neues Deutschland“ am Ostbahnhof.

**Projekt 30: Open Space – Ideenwerkstatt**

Veranstaltung für Medienunternehmen vom Medienstandort mit dem Ziel, Ideen für den Standort und das Mediennetzwerk zu entwickeln und zu diskutieren.

**Projekt 31: Pflege der Adressdatenbank**

Aktualisierung und Pflege der Einträge in der Datenbank.

**Projekt 32: Medienreihe „Potse People Close-Up“**

Pro Medienabend präsentieren sich 2-3 Medienleute dem Publikum.

**Projekt 33: Moderierter Medienstammtisch mit Thema**

Moderierter Stammtisch evtl. mit Vortrag zu einem bestimmten Thema

**Projekt 34: Workshops/Seminare**

Speziell für Mediennetzwerker werden Seminare angeboten, z. B. in Kundenakquise, Angebotskalkulation, Buchhaltung und Steuertipps für Freiberufler, Medienrecht, Präsentationstechniken, Sprachkurse für Medienfachsprache.

**Projekt 35: Vortragsreihe**

Referenten berichten über interessante Entwicklungen in der Medienbranche.

**Projekt 36: Branchenbuch „Mediennetzwerk Potsdamer/Bülowstraße“**

Adressbuch des Mediennetzwerks in gedruckter Form. Index nach Kategorien, sowie von A–Z. Standortkarte als Beihefter.

**Projekt 37: Location Scout**

Ein Location Scout bildet die Schnittstelle zwischen umzugswilligen Medienunternehmen und Gewerberaumleerstand. Der Location Scout vermittelt auch Räumlichkeiten für Events, Filmdrehs, Partys, Pressekonferenzen, Vorträge usw.

**Projekt 38: Potse People Kampagne**

Eine Plakat-Kampagne stellt einzelne Medienleute vom Standort vor. Ein Fotoportrait wird komplettiert durch Kurzinfos zur Person. Ausstellung in City-Light-Displays entlang der Potsdamer Straße. Auch in Form eines Newsletters realisierbar.

**Projekt 39: Magnet Potsdamer Straße**

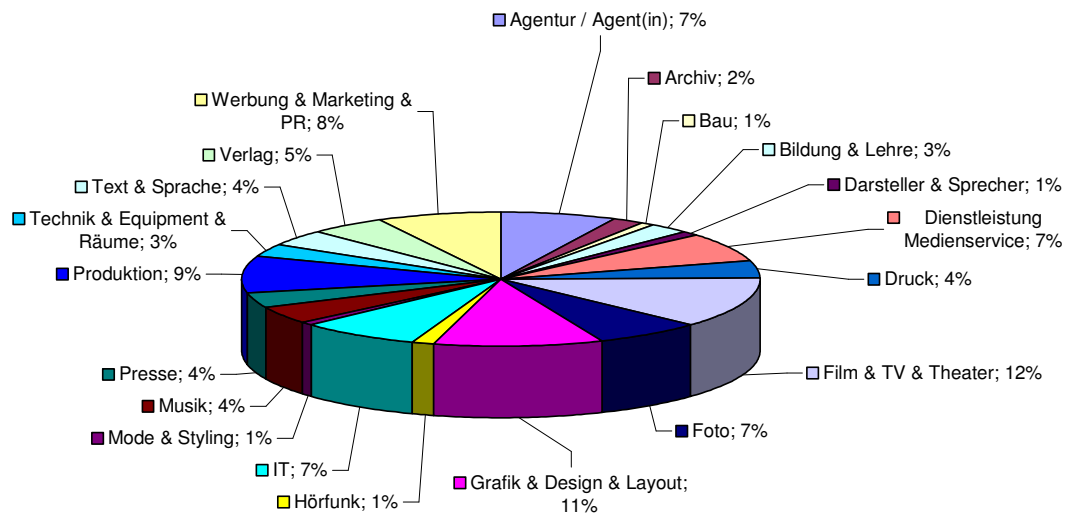
Ein Marketingbeauftragter sucht gezielt die Verknüpfung von Mediennetzwerk-Events mit renommierten Berlin-Events wie z. B. Berlinale, transmediale, Art Directors Club, Typo Konferenz, Designmai, Internationale Funkausstellung, Bread & Butter u. a. Mode-Events, Christopher Street Day, Love Parade, Berlin Marathon, Lange Nacht der Museen, Heimatklänge, Fete de la Musique, Popkomm

**Projekt 40: Finanzierungs-Experte/Förderer von Benachteiligten/Standort-Entwickler**

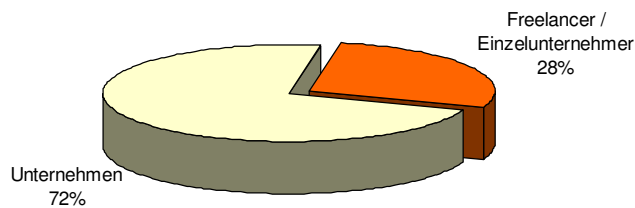
Der Finanzierungsexperte kennt alle Fördertöpfe und potenziellen Sponsoren im Gebiet. Er konzipiert Projektideen für optimale Vernetzung im Kiez unter Berücksichtigung von Zielstellungen für die Stadtteilentwicklung und versucht, benachteiligte Bevölkerungsgruppen mit einzubeziehen. Medienfirmen könnten mit ihren Fähigkeiten in Projekte für benachteiligte Gruppen als Dienstleister und Berater mit einbezogen werden.

## STATISTIKEN

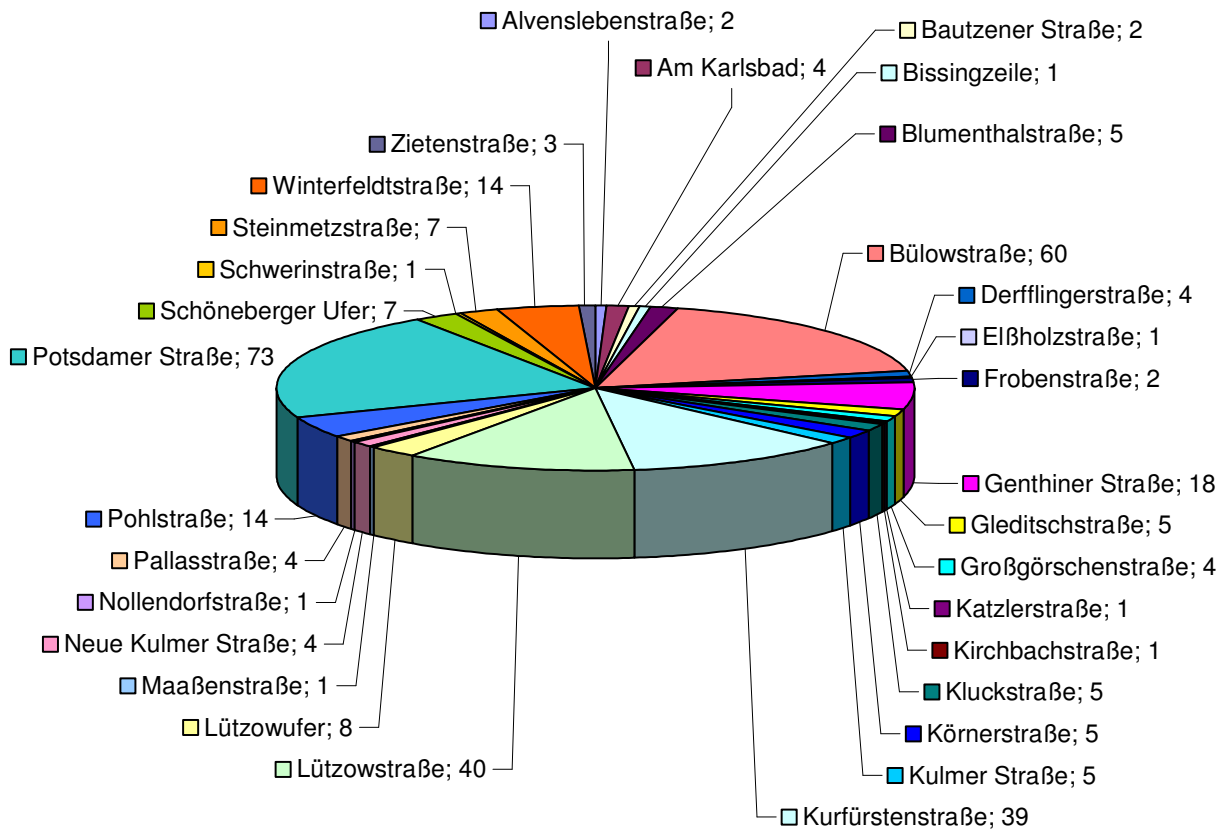
**Branchenstruktur der Medienunternehmen am Standort Potsdamer/Bülowstraße**



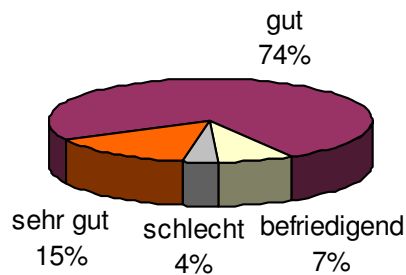
**Verhältnis von Unternehmen und Freiberuflern am Standort Potsdamer/Bülowstraße**



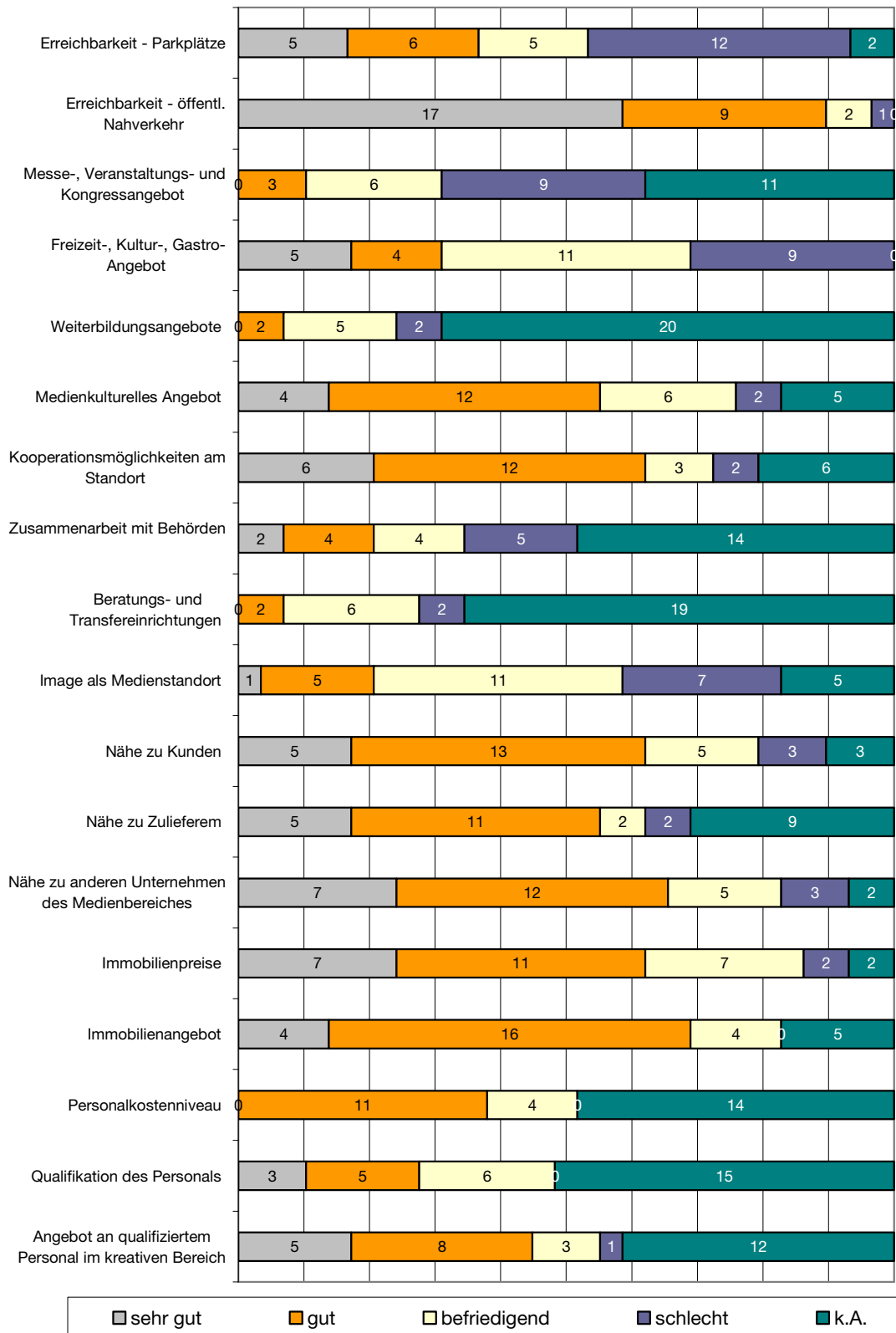
**Räumliche Verteilung der Unternehmen am Standort Potsdamer/Bülowstraße**



**Zufriedenheit der Medienunternehmen mit dem Standort**



**Standortfaktoren aus Sicht der Medienunternehmen**



### Wichtigster Standortfaktor für die Medienunternehmen

