

Protokoll

Medienstammtisch 6. April 2005

Anwesend: (siehe Teilnehmerliste unter <http://www.medienportal-berlin.de/content/event/stammtischteilnehmer.php#2005-04-06>)

Tagesordnungspunkte

1. Kriterien für die Bewertung der Projektideen (im Rahmen des Standortprofils zum Medienstandort Potsdamer/Bülowstraße)
2. Diskussion zu den Projektideen
3. Ergebnisse

Zu 1.:

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer listen folgende Kriterien auf, nach denen die einzelnen Projektideen betrachtet werden sollen:

- Zeitnähe (Fristigkeit)
- Image/öffentlichkeitswirksam (Berlin)/(Abwanderung von Unternehmen verhindern)
- Nutzen für verschiedene Zielgruppen:
 - a) für die Firma
 - b) für den Standort
 - c) für die Anwohner
- Aufträge
- Zusammenarbeit testen
- Viele unterschiedliche Branchen beteiligen
- Fachaustausch
- Finanzierbarkeit
- Phantasie
- Nachhaltigkeit/Perspektive
- Sinnvoll
- Kommunikation

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern sind insbesondere folgende Kriterien wichtig:

- Image/öffentlichkeitswirksam (7 Nennungen)
- Nachhaltigkeit/Perspektive (6 Nennungen)
- Kommunikation (4 Nennungen)
- Nutzen (3 Nennungen)

Zu 2.:

Die Auswertung der Befragung zu den einzelnen Projektideen (<http://www.medienportal-berlin.de/content/ideenpool/index.php>) wird vorgestellt.

Folgende Projektideen werden diskutiert:

Newsletter für das Mediennetzwerk (intern)

Ein ca. monatlich erscheinender Newsletter (bei Bedarf öfter), informiert die Medienszene am Medienstandort Potsdamer/Bülowstraße über Besonderes aus dem Mediennetzwerk, aus dem Kiez und über Veranstaltungen. Jeweils 1 Medienmensch pro Newsletter erhält ein Kurzportrait. Anzeigen wie Job-/ und Gewerberaumangebote können geschaltet werden.

Veranstaltungskalender

Pflege eines Online-Veranstaltungskalenders mit für die Medienbranche interessanten Veranstaltungen im Quartier oder angrenzenden Gebieten. Die Termine können auch Teil des Newsletters werden.

Workshops/Seminare

Speziell für Mediennetzwerker werden Seminare angeboten, z. B. in Bildbearbeitung, Filmschnitt, Kundenakquise, Angebotskalkulation, Buchhaltung und Steuertipps für Freiberufler, Internetprogrammierung, Medienrecht, Präsentationstechniken, Sprachkurse für Mediensprache (engl., frz., span.) Ein Mitarbeiter recherchiert den Bedarf sowie das Angebot an Dozenten aus dem Mediennetzwerk.

Tag der Offenen Türen „Potse People Day“

„Magistrale“ für die Medienszene am Medienstandort Potsdamer/Bülowsstraße. Außer offenen Medienhäusern sollen Führungen, mediale Ausstellungen und viele Specials geboten werden. Vor jedem Haus, in dem ein Medienunternehmen sitzt, sollen orangene Fahnen wehen, um eine plakative Außenwirkung zu erzielen.

Special-Events zu Vorzugspreisen für Mediennetzwerker

Z. B. wird alle 2 Monate für 10 Personen des Mediennetzwerkes (die ersten 10 Anmeldungen) ein Special-Event zum Vorzugspreis geboten: Z. B. Führung durchs Bauhaus-Archiv, Besuch eines Heimatklänge-Konzerts (Pop- und Rockmusik), Gästeliste auf einer Berlinale-Premierenparty oder in der 40seconds Lounge oder im 90 Grad, Karten für Wintergarten oder Philharmonie, Führung durch den Tagesspiegel etc.

Finanzierungs-Experte/ Förderer von Benachteiligten/ Standort-Entwickler

Der Finanzierungsexperte kennt alle Fördertöpfe und potenziellen Sponsoren im Gebiet. Er versteht es, eine Projektidee so zu konzipieren, dass die Vernetzung im Kiez optimal ist und dass Zielstellungen für die Stadtteilentwicklung berücksichtigt werden. Er versucht, in Projektideen, benachteiligte Bevölkerungsgruppen mit einzubeziehen. Sicher gibt es auch in der Medienbranche Langzeitarbeitslose, Frauen, die den Wiedereinstieg ins Berufsleben suchen, MigrantInnen, Jugendliche ohne Ausbildungsplatz, Homosexuelle etc. Medienfirmen könnten mit ihren Fähigkeiten in Projekte für benachteiligte Gruppen als Dienstleister und Berater mit einbezogen werden.

Magnet Potsdamer Straße

Ein Marketingbeauftragter sucht gezielt die Verknüpfung von Mediennetzwerk-Events mit renommierten Berlin-Events wie z. B.: Berlinale, transmediale, Art Directors Cup, 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

Bands aus Medienunternehmen / Showabend

Bands aus Medienunternehmen treten an einem Showabend gegeneinander an.

Talentschmiede

Ein Wettbewerb wird ausgeschrieben unter Nachwuchskräften in den ansässigen Medienunternehmen. Bei einer Veranstaltung präsentieren die Auszubildenden und Berufsanfänger ihre Wettbewerbsbeiträge dem Publikum. Eine Jury entscheidet gemeinsam mit dem Publikum über die Gewinner der einzelnen Kategorien (Design, Film, Text etc.) Die besten Arbeiten werden in einer Ausstellung gezeigt.

Medienhaus

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

Potse People Pride: Hall of Fame / Trophäenraum

Alle renommierten Preise (z. B. Filmpreise, Red Dot Design Award, ADC Awards etc.), die Medienunternehmen im Quartier bereits gewonnen haben, werden in einer Ausstellung samt der zugehörigen Arbeiten gezeigt.

→ Idee: eigenen Potse People Preis ins Leben rufen

Medienlunch

Ein Medienunternehmen lädt als Gastgeber zum Mittagessen. Ca. 8 Personen essen gemeinsam zum Selbstkostenpreis. Für die Mischung der Personen ist der Gastgeber verantwortlich. Hilfestellung könnte der Maitre de-Medienlunch leisten, indem er die KöchInnen (z. B. arbeitslose MigrantInnen) organisiert, die Gäste lädt und dabei für eine interessante Mischung sorgt (entweder aus sich ergänzenden oder aus gleichen Disziplinen, „Fotografen-Lunch“) und die Esszimmer in verschiedenen Medienunternehmen akquiriert. Das Gastgeber-Medienunternehmen stellt sich den Gästen kurz vor, macht die Gäste miteinander bekannt und bittet zu Tisch.

Den Teilnehmerinnen und Teilnehmern sind insbesondere folgende Projektideen wichtig:

- Newsletter/Veranstaltungskalender (9 Nennungen)
- Medienhaus (7 Nennungen)
- Workshops/Seminare (5 Nennungen)
- Potse People Pride: Hall of Fame / Trophäenraum (3 Nennungen)
- Medienlunch (3 Nennungen)
- Tag der Offenen Tür „Potse People Day“ (1 Nennung)
- Finanzierungs-Experte/Förderer von Benachteiligten/Standort-Entwickler und Magnet Potsdamer Straße (1 Nennung)

Zu 3.:

Ergebnisse:

Es werden folgende Arbeitsgruppen gebildet:

- Arbeitsgruppe „Newsletter“ → Treffen im April
- Arbeitsgruppe „Workshops/Seminare“ → Treffen im Mai
- Arbeitsgruppe „Medienlunch“ → 1 x monatlich, donnerstags

Bis Mitte Mai gibt es eine Rückmeldung zur Projektidee „Medienhaus“