

## Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Wirtschaftsausschuss	01.12.2008	
Ausschuss für Kunst und Kultur/Museumsneubauten	02.12.2008	

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage nach § 4 der Geschäftsordnung

Stellungnahme zu einem Antrag nach § 3 der Geschäftsordnung

### **Rückblick 2. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur 2008**

Am 21.10.2008 fand die 2. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur im Komed, Mediapark statt. Die Veranstaltung wurde gemeinsam mit AIM/ sk stiftung jugend und medien evaluiert. Zentrale Ergebnisse der 2. Arbeitsmarktkonferenz sind die Notwendigkeit einer ergänzenden Beratung für Existenzgründer, die Schaffung von Netzwerken, die Einrichtung von Begleitzirkeln und ein „Haus der Medien“. Im Einzelnen wurden nachfolgende Ergebnisse und Handlungsfelder herausgearbeitet.

### **Auswertung der 2. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur am 21.10.2008**

#### **A. Veranstalter**

Veranstalter der 2. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur waren die Stabstelle Medien der Stadt Köln, der Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen, die SK Stiftung Kultur, die Agentur für Arbeit Köln und AIM KoordinationsCentrum für Ausbildung in Medienberufen. Die Dokumentation wurde von einer Gruppe von Studierenden übernommen, die am CIAM, Centrum für Internationales Kunstmanagement, einen Aufbaustudiengang belegt haben. Diese ausführliche Dokumentation wird Ende des Jahres vorliegen.

#### **B. Teilnahme**

30 Referentinnen und Referenten aus allen Spektren der Branche – wie Film, Fernsehen, Verlage, Tanz, bildende Kunst – aus Verwaltung, Verbänden und Politik prägten die Dis-

kussion auf der Konferenz.

Vorab angemeldet hatten sich 170 Teilnehmer/innen. Am Konferenztag akkreditierten sich weitere 19 Teilnehmer/innen. Anwesend waren ferner Pressevertreter/innen.

Die Teilnehmer/innen repräsentierten einen breiten Erfahrungshintergrund. So waren anwesend u.a. bildende Filmproduzent/innen, Schauspieler/innen, Kulturmanager/innen, bildende Künstler/innen, Personalberater/innen und Coaches, Kommunalpolitiker/innen, Regisseur/innen, Autor/innen, Tänzer/innen, Grafiker/innen, Fotograf/innen, Journalist/innen, Medienberater/innen.

Zu den vertretenen Institutionen zählten z.B. die Kölner Hochschulen wie die internationale filmschule, Fachhochschule Köln, Universität Köln, Kunsthochschule für Medien und die Hochschule für Musik. Weiter: Fraktionen des Kölner Stadtrates, Industrie- und Handelskammer zu Köln, Handwerkskammer Köln, die Kulturpolitische Gesellschaft, die Gesellschaft für innovative Beschäftigungsförderung, die RheinEnergie Stiftung, der Kulturrat NRW, die Sparkasse KölnBonn, die Kreissparkasse Köln, die Jobbörsen, der Verband der Schriftsteller, Berufskollegs, das Duisburger Zentrum Frauen- Beruf-Wirtschaft, die Theatergemeinde Köln, KölnMusik, der Deutsche Musikrat, etc.

Die Zahl der Teilnehmer/innen konnte gegenüber der 1. Arbeitsmarktkonferenz 2007 um 10 % gesteigert werden. Die Teilnehmer/innen repräsentierten wesentliche Akteure des Arbeitsmarktes: Unternehmen, Beschäftigte und Freiberufler/innen, Bildungsanbieter, Beratungsinstitutionen und politische Entscheidungsträger/innen. Die Resonanz zeigte, dass ein ausgeprägtes Bedürfnis an Dialog und gemeinsamen, fachlichen Austausch besteht.

### **C. Struktur und Form**

Die Konferenz wurde durch ein Grußwort der Bürgermeisterin Elfi Scho-Antwerpes eröffnet. Für die Veranstalter beschrieb Prof. Dr. Hans-Georg Bögner, Geschäftsführer der SK Stiftung Kultur, das Anliegen, im Dialog mit Wirtschaft und Politik praxisgerechte Strategien zu entwerfen.

Dr. Friedrich Gnad von StadtArt gab in seinem Impulsreferat Einblick in die Ergebnisse der Kulturwirtschaftsberichte Köln und NRW sowie des Berichtes der Enquetekommission Kultur in Deutschland. Auf dieser inhaltlichen Grundlage diskutierte dann das Auftaktpanel „Kulturwirtschaft – wo sind Chancen für Kultur- und Medienschaffende in Köln?“

Um die Möglichkeiten für Fachdiskussionen zu erweitern, wurden bei der 2. Arbeitsmarktkonferenz vier Foren angeboten. Für die Zielgruppe der Personalentwickler/innen und Multiplikator/innen Forum 1 „Woher kommen die Fachkräfte?“ und Forum 4 „Studieren für den Markt?“ und für die Zielgruppe der Freiberufler/innen und Berufseinsteiger/innen: Forum 2 „Neue Geschäftsmodelle durch kulturelle Bildung?“ sowie Forum 3 „Ökonomie der Selbstständigkeit“.

Die Ergebnisse der Foren wurden in die Abschlussdiskussion „Perspektiven für den Standort“ eingespeist.

Im Foyer waren ferner mit Informations- und Beratungsständen präsent: Agentur für Arbeit, Neues Unternehmertum Rheinland. Die Institutionen, die auf den Panels vertreten waren, konnten außerdem schriftliches Informationsmaterial zur Verfügung stellen.

Die Konferenzstruktur – Anfangspodium, vier Foren, Abschlusspanel – wurde angenommen. Alle sechs Veranstaltungen waren gut besucht. Die Pausen nutzten die Teilnehmer/innen zum persönlichen Gespräch.

## D. Themen der Konferenz

### D.1 Impuls-Referate

#### Kulturwirtschaftsberichte

- Die Diskussion über die Ergebnisse der Berichte steht erst am Anfang, insbesondere im Dialog mit der Branche, den Unternehmen, Beschäftigten und Freien. Dazu gehört auch, dass einheitliche Begrifflichkeiten verwendet werden müssen (wie definiert sich Kulturwirtschaft/Kreativwirtschaft?), um eine Vergleichbarkeit herzustellen.
- Der Kulturwirtschaftsbericht Köln ermittelte, dass die wirtschaftliche Dimension hoch ist (11,1 Mrd. Euro Umsatz, Wachstum von 14,6 %). Dies präge noch nicht ausreichend das Kölner Image. Die Zahl der Selbstständigen sei stark gestiegen. Wenn große Unternehmen „schwächeln“, könne dies von vielen kleinen Unternehmen aufgefangen werden.
- Für Köln wurde als wünschenswertes Ziel benannt, die räumlichen Strukturen der Kulturwirtschaft in Köln zu untersuchen, um die Potenziale der einzelnen Stadt-„Quartiere“ genauer zu definieren.
- Als weitere Ziele wurden insbesondere benannt: Unterstützung des Existenzgründerpotenzials, branchenbezogene Qualifikationen für den Berufseinstieg stärker in die Studiengänge integrieren, Qualifizierungsnetzwerke und Ausbildungsverbünde in der dualen Ausbildung ausbauen, Weiterbildungsinitiativen für die Kulturwirtschaft entwickeln.

#### Medien- und Kulturstandort / Bilanz der Arbeitsagentur

- Die Arbeitsagentur Köln stellte fest, dass am Standort Köln 9,1 % der Beschäftigten im Branchen-Cluster Medien/Informations- und Telekommunikationstechnologie arbeiten. Damit hat die Medienbranche ein höheres quantitatives Gewicht als die Automobilindustrie.
- Die Beschäftigungssituation hat sich seit 2005 stabilisiert, die Zahl der Beschäftigten steigt mit 6,4 % stärker als in der Wirtschaft insgesamt. Die Arbeitslosigkeit geht überdurchschnittlich zurück. Allerdings beziehen 2/3 der erwerbslosen Medienschaffenden Arbeitslosengeld II. Die erwerbslosen Medienschaffenden verfügen gleichwohl über eine überdurchschnittliche Qualifikation und damit eigentlich über gute Eingliederungschancen.
- Als Mega-Trends am Arbeitsmarkt gelten auch für die Medienbranche: demografischer Wandel, Globalisierung und technologischer Wandel und Wertewandel durch veränderte Arbeits- und Erwerbsformen.
- Als Chance für die Branche werden u.a. benannt: hochqualifizierte und innovative Arbeitsplätze, neue Geschäftsfelder. Zu den Risiken zählen u.a.: mangelnde soziale Sicherung, drohender Fachkräftemangel. Ein weiteres Problem: Finanzierung der Weiterbildung, wenn Arbeitsagentur nur die Bildungskosten, nicht aber den Unterhalt der Teilnehmer/innen bezahlen kann.

#### Hartz-Reformen – Folgen für die Medienbranche

- Im Bericht der Enquetekommission „Kultur in Deutschland“ wird angekündigt, die Rahmenfrist zu ändern. Damit wäre ein Problem, dass bei der 1. Arbeitsmarktkonferenz intensiv diskutiert wurde (projektbezogene Beschäftigte können die vorgeschriebene Versicherungs-Dauer nicht erreichen und fallen direkt in Arbeitslosengeld II = Hartz 4), voraussichtlich gelöst.

## D. 2 Anregungen und Vorschläge

In der Diskussion wurden folgende Komplexe behandelt bzw. von den Teilnehmer/innen angesprochen:

### Zum Thema: Ausbildung, Weiterbildung

- In verschiedenen Runden wurde das Problem benannt, dass Kultur- und Medienschaffende sich weiterbilden müssen und wollen (z.B. in Fragen Finanzierung, Marketing, spezifische Rechtsfragen). Dies scheitert aber häufig an der Finanzierung des Lebensunterhaltes bzw. des Verdienstaufbaus im Bildungszeitraum. Die Kosten der Weiterbildung könnten gedeckt werden, sie sind aber nur ein Teil der notwendigen Investition.
- Als notwendig wurde erachtet, für Studienabsolvent/innen auch eine prozessbegleitende Beratung zu gewährleisten. Nach dem Bachelor beginnt eine Übergangsphase, in der die Absolvent/innen immer wieder Unterstützung brauchen, die auch Weiterbildung, Coaching einschließen kann. So würde die Abwanderung von Talenten verhindert.
- Einhellig wurde die Notwendigkeit nach einem Master-Studiengang (bei internationaler Filmschule, KHM) betont. Ohne Master hätten die Kölner Bachelor-Absolvent/innen einen Markt-Nachteil.

### Zum Thema: Räume und Netzwerke

- Viele Diskussionsbeiträge betonten die Vielfalt der Potenziale, kritisierten aber zugleich die Zersplitterung. Hier müssten Netzwerke geschaffen und verstärkt werden, auch mit den Verbänden und Initiativen.
- Gefordert wurde ein „Haus der Medien“ mit Premierenkino, Mediathek, Veranstaltungsräumen, Laboratorien. Als Ort der Begegnung zwischen den Kultur- und Medienschaffenden untereinander aber auch mit der Stadtgesellschaft. Eventuell auch in Verknüpfung mit Angeboten für Existenzgründungsberatung und Bildungsberatung.
- Eine Fortsetzung des Bücherherbstes als Kommunikationsplattform wurde befürwortet.
- Wie bei der 1. Arbeitsmarktkonferenz wurde der Mangel an bezahlbaren Büro/Werkstatträumen bemängelt. Die Frage ist, wie eine Übergangsnutzung von leerstehenden Flächen konfliktfrei gestaltet werden kann.

### Zum Thema: Existenzgründung

- Die bestehenden Beratungsangebote sind nicht auf die Zielgruppe der Kunst- und Medienschaffenden abgestimmt. Sie fühlen sich häufig nicht angesprochen und verstanden. Es sollten spezifische Beratungsangebote und Seminare für diese Zielgruppe entwickelt werden. Eventuell in Kooperation mit den Verbänden. Dabei müssten die besonderen Bedingungen der Branche berücksichtigt werden, auch was Mischfinanzierungen, öffentliche Förderungen, Sponsoring usw. betrifft.
- Das erfolgreiche Instrument der „Begleitzirkel“ für Gründerinnen und Gründer sollte wieder eingeführt werden.

### **Zum Thema: Rolle der Arbeitsagentur**

- Wichtig erscheint, bei den ARGE-Berater/innen die Kompetenz, Medien- und Kulturschaffende versiert zu beraten, zu steigern. Dies spielt insbesondere deshalb eine wichtige Rolle, weil Kultur- und Medienschaffende seltener einen Anspruch auf Arbeitslosengeld I erreichen und als Arbeitslosengeld II-Bezieher/innen bei der ARGE betreut werden. Es gibt Modell-Vorhaben in Berlin-Brandenburg zur Qualifizierung der ARGE-Mitarbeiter/innen in diesem Bereich, die vielleicht auf Köln übertragen werden können.
- Die Frage wurde aufgeworfen, wie sinnvolle und gesellschaftlich nützliche Arbeitsgelegenheiten (1-Euro-Jobs) für die Zielgruppe der Kultur- und Medienschaffenden, die Arbeitslosengeld II beziehen, eingerichtet werden könnten. Da wünscht sich die Arbeitsagentur Anregungen und Dialog.

### **Zum Thema: Demografischer Wandel**

- Kleine Unternehmen tun sich schwer damit, langfristige Personalentwicklung und systematische Personalgewinnung umzusetzen. Dabei brauchen sie Unterstützung.
- Gleichzeitig müssten Modelle für Fachkräfte entwickelt werden, die aus Altersgründen dem Produktionsstress „an vorderster Front“ nicht mehr gewachsen, aber hochqualifiziert sind – also für gesundheitsgerechtes Arbeiten auch in höheren Jahren.

### **Zum Thema: Kulturelle Bildung**

- Kooperationen zwischen Schule und Künstler/innen wurden als Förderprogramme für Schulen und nicht in erster Linie für Kultur- und Medienschaffende charakterisiert.
- Kritisiert wurde die häufig zu geringe Bezahlung (15 Euro pro Stunde), die auch die Wertschätzung für die Arbeit der Kreativen vermissen lasse. Außerdem führe sie zu erheblichen sozialen Problemen und Altersarmut.
- Die Struktur der Projekte muss mit der Arbeitsstruktur der Künstler/innen vereinbar sein. Also z.B. Projektarbeit, um Gastspielreisen/Lesungen zu ermöglichen, anstatt regelmäßige „Unterrichtstermine“.
- Größere Integration von Künstler/innen mit Migrationshintergrund sei wünschenswert.
- Angeregt wurde die Einrichtung eines Künstler/Projekte-Pools. Dadurch würden Informationen gebündelt an Schulen vermittelt, und das Matching zwischen Schule und Kreativen würde erleichtert. Schulen fänden schneller interessante Projektideen und Künstler/innen.

### **Zum Thema: Marketing**

- Um die Kultur- und Medienszene des Standort Kölns bekannter zu machen, wurde die Anregung formuliert, dass künftig neben Wirtschaftsdelegationen auch verstärkt Kulturdelegationen die städtischen Vertreter/innen begleiten sollten.
- Es wurde von etlichen Stimmen betont, dass die Kultur- und Medienbranche eine stärkere Lobbyarbeit betreiben müsse, um ihre spezifischen Bedarfe transparent zu formulieren und in die Debatte zu bringen.

Die Verwaltung beabsichtigt, im Herbst 2009 zusammen mit den o.g. Akteuren eine dritte Arbeitsmarktkonferenz durchzuführen.