

- > **media.net berlinbrandenburg** umfasst heute 120 Unternehmen und 100 Fördermitglieder
- > **Vernetzung zwischen kleinen und großen Unternehmen soll ausgebaut werden**
- > **Keine Umwandlung in eine Kreativnetzwerk beabsichtigt / Engere Zusammenarbeit mit anderen Branchen**

## „Die Vielfalt unternehmerischer Interessen und Erfahrungen prägen unser Profil“

> Interview mit **Andrea Peters**, Geschäftsführerin **media.net berlinbrandenburg**



> **Andrea Peters**

*Seit mehr als 20 Jahren in der Medienbranche tätig. Studium Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation. Parallel zum Studium Tätigkeit als Aufnahmeleiterin. 1995 übernahm Andrea Peters die organisatorische Leitung der Master School Drehbuch. 2002 Wechsel ins Erich Pommer Institut als Leiterin der Weiterbildungsabteilung. Sie war maßgeblich an der Umsetzung der Programme Insight Out (HFF Potsdam) und der Entertainment Master Class beteiligt. Seit 1. März 2008 Geschäftsführerin des media.net berlinbrandenburg e.V. .*

**Das media.net berlinbrandenburg ist das erfolgreichste Unternehmensnetzwerk der IuK- und Medienwirtschaft in Berlin und Brandenburg. Zu unseren Mitgliedern gehören die Großen der Branche ebenso wie die kleinen und mittelständischen Unternehmen. Das Netzwerk wurde Ende 2000 als public private partnership gegründet und kooperiert mit Verbänden, Institutionen und Meinungsmachern. Dieser Verbund von Medienunternehmen ist in seiner Konstruktion, Arbeitsweise und Wirkung einzigartig in Deutschland.**

**Seit März ist Andrea Peters neue Geschäftsführerin des media.net berlinbrandenburg. Andrea Peters ist seit über zwanzig Jahren in der Medienbranche tätig. Zuvor war sie fast sechs Jahre beim Erich Pommer Institut. Hier verantwortete sie zuletzt den Bereich Medienweiterbildung. Im Interview erzählt die 44-Jährige über die Rolle des media.net in der Region Berlin-Brandenburg, laufende Projekte und Serviceangebote sowie die zukünftigen Schwerpunkte ihrer Arbeit.**

**promedia:** Frau Peters, es gibt in Berlin-Brandenburg eine ganze Reihe von Institutionen, die sich um Medien kümmern. Wo ist der Platz des media.net?

**Peters:** Das media.net ist das einzige interdisziplinäre branchen- und länderübergreifende Mediennetzwerk, das über die Mitglieder, also die Unternehmen selbst, getragen wird. Dazu zählen renommierte und weltweit bekannte Unternehmen wie Universal Music, Axel Springer, Scholz & Friends, ProSiebenSat.1, UFA, Studio Babelsberg und zahlreiche junge, innovative Unternehmen wie GameDuell, ID Media, Pixelpark,

mediapeers, iconmobile und Frogster Interactive Pictures. Diese Vielfalt unternehmerischer Interessen und Erfahrungen prägen unser Profil. In diesem Sinn verstehen wir uns als Ergänzung zu den bestehenden Institutionen in Berlin und Brandenburg, wie die Medienboard Berlin-Brandenburg, die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und Frauen, Berlin Partner und die Zukunftsagentur Brandenburg oder die IHKs in Potsdam und Berlin. Wir arbeiten nicht isoliert: Regier Austausch gehört selbstverständlich zur Medien- und Vereinsarbeit. Viele gemeinsame Maßnahmen finden in direk-

ter Kooperation statt und runden das Bild einer guten Zusammenarbeit ab. Wir sind keine Förderinstitution und auch nicht an die Ministerien gebunden. Diese Unabhängigkeit und die direkte Netzwerkarbeit ermöglicht es uns, Themen und Bedürfnisse unmittelbar zu erschließen.

**promedia:** Wo liegen diese Bedürfnisse?

**Peters:** Die Bedürfnisse ergeben sich aktuell und branchenabhängig. Kurze Wege erlauben, dass die aktiven Mitglieder durch Ihre Erfahrungen, Themen und Ideen die Arbeit des media.net mitgestalten. Daraus entstehen z.B. eigene integrierte Branchengruppen, wir nennen sie focus group. Der Aufbau dieser Arbeitskreise ist auf das Engagement der Mitglieder zurückzuführen. Mit production.net wurde eine eigene Fokus-Gruppe etabliert, in der rund 15 Film- und TV-Dienstleister Spezialthemen diskutieren. Unsere focus group:law ist auf Grund der Initiative unserer Medienrechtler entstanden. Aufbauend auf diesen Erfahrungen wollen wir einzelne Fokusbereiche für das ganze Netzwerk verfügbar machen. Dazu bringen wir alle Akteure an einen Tisch, um die Bedürfnisse der einzelnen Branchen zu evaluieren. Wir tragen dazu bei, dass die Unternehmen, die sich hier am Standort niedergelassen haben, Kontakt bekommen zu den anderen Playern am Standort. Natürlich ermöglichen wir auch den Zugang zu öffentlichen Institutionen, es geht uns aber in erster Linie um die Kontakte von Unternehmer zu Unternehmer. Solche Kontakte lassen sich sicher auf jeder Veranstaltung zufällig herstellen. Das media.net hilft den Unternehmen hierbei allerdings sehr viel gezielter. Wir bringen z.B. in Kooperation mit der Medienbord ganz bestimmte Branchen in Kontakt, so wie vor Kurzem die Games-Entwickler mit der Filmbranche und

demnächst Vertreter von Werbeagenturen mit der Filmbranche. Auf diese Weise lässt sich evaluieren, wo interessante Synergien liegen könnten.

**promedia:** Der Medienstandort hat sich verändert, muss sich damit auch das media.net verändern?

**Peters:** Nein, weil wir genau so von Anfang an unsere Aufgabe gesehen haben: ein branchenübergreifendes Netzwerk in Berlin-Brandenburg, das sich mit den Unternehmen und den Standortanforderungen entwickelt. Im media.net finden Sie, wie erwähnt, die großen Player wie Universal oder Axel Springer, genauso wie kleine und mittelständische Unternehmen. Sie sind als Start-Ups zu uns gekommen, haben sich über die letzten drei Jahre wirtschaftlich sehr gut entwickelt und sind dem media.net treu geblieben. Somit bietet media.net berlinbrandenburg e.V. seit vielen Jahren die Möglichkeit des kreativen Austauschs der Medienbranchen in Berlin-Brandenburg.

**promedia:** Findet der Austausch zwischen großen und kleinen Unternehmen wirklich statt oder ist er nicht mehr eine Hoffnung?

**Peters:** Der Austausch findet wirklich statt. Wir haben dafür spezielle Formate entwickelt und werden diese Arbeit in Zukunft ausbauen. So gibt es während der Medienwoche die so genannte Venture Lounge. Die Venture Lounge bringt junge Unternehmer mit innovativen technologischen Ideen auf der Suche nach Eigenkapital mit Business Angels und Vertretern führender Venture Capital-Gesellschaften zusammen, die durch eine Kapitalbeteiligung am Wachstum junger Unternehmen partizipieren wollen. Das Interesse an dieser Veranstaltung ist auf beiden Seiten sehr groß.

**promedia:** Wie sieht gegenwärtig Ihre Mitgliederstruktur aus?

**Peters:** Wir haben mehr als 120 Unternehmen aus den Bereichen New Media, Film/Fernsehen, Print und Werbung, Multimedia, IT, Musik und Kommunikation sowie medienaffine Dienstleister wie Banken, Kanzleien, Wirtschaftsberatungen oder Hochschulen. Die größte Gruppe, nach Mitgliedern, ist die Gruppe Kommunikation und Werbung mit fast einem Viertel der Mitgliedschaft, gefolgt von Neue Medien und Film und Fernsehen. Insgesamt hat das media.net berlinbrandenburg e.V. mehr als 350 Mitglieder und weitere 100 Fördermitglieder.

**promedia:** Man spricht in Berlin immer häufiger von der Kreativwirtschaft als von der

Medienwirtschaft. Werden Sie bald ein creative.net?

**Peters:** Das media.net berlinbrandenburg e.V. beherbergt bereits die kreativen Branchen, wie Film, Fernsehen, Werbung, Games, Web, IT, Musik und Print. Wir werden das media.net berlinbrandenburg e.V. nicht um die Branchen Mode, Bildende Künste und Architektur erweitern. Sollte hier ein Bedarf an Kontakten bei unseren Mitgliedern bestehen, werden wir über die entsprechenden Verbände der Branchen den Kontakt herstellen.

**promedia:** Bewegen Sie sich damit nicht gegen den Trend?

**Peters:** Wir als Netzwerk vereinen die vielfältigen Medienbranchen unter einem Dach. Insofern sind wir als media.net in unserer Entstehungsgeschichte bereits sehr innovativ und setzen es auch um, indem wir die Branchen miteinander in Kontakt bringen. Wir werden in Zukunft verstärkt mit anderen kreativen Netzwerken, Verbänden, Vereinen und Partnern projektbezogen zusammenarbeiten. Wir verfügen jetzt schon über einen sehr engen Kontakt zum Art-Directors-Club. Der ADC e.V. ist nun Mitglied im media.net berlinbrandenburg e.V. und umgekehrt. So werden wir in Zukunft zu bestimmten Themen zusammenarbeiten, und somit den Mitgliedern des ADC und des media.net Zugang zu qualifizierten und professionellen Veranstaltungen ermöglichen.

**promedia:** Auf welche Art von Veranstaltungen wollen Sie sich konzentrieren?

**Peters:** Zu den grundsätzlichen Zielen des media.net gehört die Vernetzung der Mitgliedsunternehmen zur Errichtung einer gemeinsamen Synergieplattform. Wir schaffen Gelegenheiten auf andere Branchenvertreter zu treffen, z.B. setzen wir gemeinsam mit der Medienboard drei Mal im Jahr die „mediengipfel“ um, immer mit einer großen Medienpersönlichkeit. Zum anderen informieren wir unsere Mitglieder mit unseren Formaten media.net:law und media.net:finance weiterhin über rechtliche Themen und auch Finanzierungsfragen. Eines unserer neuen Formate findet großen Zuspruch: Zu „media.-net@...“ laden die Geschäftsführer aus Mitgliedsunternehmen ein. Neben der kurzen Präsentation der Unternehmensaktivitäten gibt es jeweils ein Impulsreferat zu einem aktuellen Thema. Darauf folgt eine Führung durch die Unternehmen. Beim anschließenden Get Together haben die Mitglieder in Zukunft regelmäßig die Gelegenheit zum Austausch. Den Auftakt bildet Universal am 5. Juni. Diese Veranstaltungsreihe ist exklusiv nur für Mitglieder.

**promedia:** So unübersichtlich ist doch die Branche nicht, dass man nicht weiß, womit sich die meisten Medienunternehmen in Berlin befassen...

**Peters:** Natürlich weiß man im Großen und Ganzen, was ein Unternehmen wie Universal macht. Aber wissen Sie, welche Projekte bspw. ID Media im Moment verfolgt? Bei Unternehmen einmal „hineinschauen“ zu können und als Mitglied des Netzwerks das aktuelle Produkt oder Projekt vielleicht exklusiv einmal vier Wochen vor dem Start zu sehen, bietet Wissen über die Mitglieder und die Möglichkeit, sich auch einmal in einem kleinen geschlossenen Kreis auszutauschen. Außerdem organisieren wir regelmäßige Match-Making-Events: hier bringen wir zwei Branchen direkt miteinander in Kontakt. Dies ist eine weitere Chance für Mitgliedsunternehmen direkt mit potenziellen Partnern in Kontakt zu treten und erste Gespräche zu führen.

**promedia:** Wie selbstständig agieren Sie in den öffentlichen und wirtschaftlichen Strukturen?

**Peters:** Das media.net berlinbrandenburg e.V. ist ein unabhängiges Unternehmensnetzwerk der Medienbranche in Berlin und Brandenburg, das fokussiert die Interessen seiner Mitglieder vertritt. Deshalb evaluieren wir auch gemeinsam mit unseren Mitgliedern die Themen, die für die Unternehmen relevant sind. Wir beteiligen uns an der Gestaltung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der Region und sorgen dafür, dass die Belange der Branche bei Aktivitäten der Standortentwicklung und des Standortmarketing berücksichtigt werden. Länderübergreifend wollen wir auf die Positionen der politischen Akteure direkten Einfluss für die Interessen unserer Mitglieder nehmen.

Dazu veranstalten wir beispielsweise zweimal im Jahr den exklusiven „Politischen Morgen“. Als Kommunikationsnetzwerk vertritt media.net die Branche gegenüber der Politik, der Öffentlichkeit, relevanten Institutionen und anderen Netzwerken.

Unsere Infoletter, Broschüren, Spotlights und Studien sind ebenso wie unsere Veranstaltungen Informationsdienst von Mitgliedern für Mitglieder. Auch als Dienstleistungsnetzwerk sind wir unseren Mitgliedern verpflichtet. Services wie Jobbörse, Praktikantenbörse, Diplomarbeiten, Finanzierungsinformationen, Vergünstigungen und Kulturangebote runden unser Angebot ab – und das immer unabhängig, aber in enger Zusammenarbeit mit anderen Institutionen, Verbänden und Netzwerken in Berlin-Brandenburg. (DK)