

Frank, Björn; Geppert, Kurt

Article

Filmbezogene Dienstleistungen: Standorte im Wettbewerb um vernetzte Kleinunternehmen

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Frank, Björn; Geppert, Kurt (2002) : Filmbezogene Dienstleistungen: Standorte im Wettbewerb um vernetzte Kleinunternehmen, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 69, Iss. 45, pp. 775-779

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151180>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

Filmbezogene Dienstleistungen – Standorte im Wettbewerb um vernetzte Kleinunternehmen

Die Filmproduktion ist schon seit längerem durch zeitlich befristete Kooperationen einer Vielzahl von meist kleinen Unternehmen geprägt – eine Entwicklung, die sich in anderen Branchen erst abzeichnet. Diese Strukturen begünstigen die räumliche Ballung. In Deutschland haben sich vier Zentren der Filmwirtschaft herausgebildet: München, Berlin, Köln und Hamburg. Das DIW Berlin hat die Anbieter filmbezogener Dienstleistungen nach ihren Standortpräferenzen befragt. Im Vergleich der vier Städte schneidet Berlin mit Abstand am besten ab. Dabei spielen Kostenüberlegungen die entscheidende Rolle; relativ günstig für Berlin fällt auch die Beurteilung der öffentlichen Förderung aus. Künftig dürfte die räumliche Konzentration der Filmwirtschaft eher noch zunehmen, und es ist durchaus möglich, dass ein oder zwei der führenden Standorte an Bedeutung verlieren werden. Dies ist für Berlin eine Chance, sofern sie nicht durch die Verschlechterung der Rahmenbedingungen verspielt wird.

Björn Frank
bfrank@diw.de

Kurt Geppert
kgeppert@diw.de

Casting, Filmbeleuchtung, Synchronisation – die flexiblen Strukturen der Filmwirtschaft

Die Filmwirtschaft verdient nicht nur wegen ihrer kulturpolitischen Bedeutung Aufmerksamkeit, auch aus ökonomischer Sicht ist sie von Interesse. Denn die Filmproduktion hat einen Strukturwandel bereits weitgehend abgeschlossen, der sich in anderen Branchen gerade erst abzuzeichnen beginnt. Im Zuge dieser Entwicklung steigen vor allem die Zahl und der Anteil von Kleinstunternehmen¹ sowie die Bedeutung von temporärer Kooperation und Projektarbeit.² Dabei werden vielseitig einsetzbare Geräte für die Erstellung von Gütern und Dienstleistungen verwendet;³ die Produkte sind häufig für den jeweiligen Kunden „maßgeschneidert“. Diese Entwicklung wird – zusammen mit einer vertikalen Desintegration – seit Piore und Sabel (1984) unter dem Schlagwort „flexible specialization“ diskutiert.⁴

Die Idee, dieses Phänomen anhand der Filmproduktion zu untersuchen, ist nicht neu,⁵ schließlich liegt das ungewöhnliche Ausmaß der Desintegration offen zutage: Die meisten Beteiligten stehen beim Produzenten in der Regel nur für einen Film unter Vertrag; selbst Produktionsmittel wie Kameras und Kamerakräne können ohne weiteres gemietet werden. Ein wesentlicher Grund dafür ist, dass das Humankapital der Beteiligten beim Wechsel von einem zum anderen Arbeit- oder Auftraggeber nicht verloren geht, so dass ein wichtiges Motiv zum Verbleib in festen Unternehmensstrukturen nicht besteht. Auch große Teile der Ausrüstung (wie Beleuchtung) stellen keine ver-

sunkenen Kosten in dem Sinne dar, dass ihr Wert bei der Verwendung durch einen anderen Produzenten geringer wäre. Damit entfällt ein ansonsten typischer Anreiz für die Ausdehnung der Produktion und die Auslastung der Anlagen *innerhalb* eines Unternehmens, während gleichzeitig der Markteintritt mit einzelnen Filmprojekten relativ leicht ist.⁶

Es handelt sich bei der Filmproduktion also um eine Abfolge von zeitlich befristeten Kooperationen einer Vielzahl von Beteiligten. Für viele Unternehmen gilt daher, dass ein guter Standort durch die Nähe zu den anderen Unternehmen gekennzeichnet ist.⁷ Das Paradebeispiel ist sicherlich Los

Räumliche Konzentration vorteilhaft

¹ Matthias Pestrup: Die Entstehung von Ein-Personen-Unternehmen in Deutschland. Schriften und Materialien zu Handwerk und Mittelstand, Heft 12. Essen 2001.

² Vgl. etwa Björn Christensen: Qualifikationsanforderungen und Arbeitsformen in der Neuen Ökonomie. Kieler Arbeitspapier Nr. 1081, S. 29; Matthias Pestrup, a. a. O., S. 57.

³ Zudem können qualifizierte Arbeitnehmer auch ihr durch Ausbildung erworbenes Humankapital in zunehmendem Maße flexibel nutzen – so jedenfalls Assar Lindbeck und Dennis J. Snower: Multitask Learning and the Reorganization of Work: From Tayloristic to Holistic Organization. In: Journal of Labor Economics, 18 (2000), S. 353–376.

⁴ Vgl. Michael J. Piore und Charles F. Sabel: The Second Industrial Divide. New York: Basic Books, 1984.

⁵ Vgl. etwa Michael Storper: The Transition to Flexible Specialisation in the US Film Industry. External Economies, the Division of Labour, and the Crossing of Industrial Divides. In: Cambridge Journal of Economics, 13 (1989), S. 273–305; Susan Christopherson und Michael Storper: The Effects of Flexible Specialization on Industrial Politics and the Labor Market: The Motion Picture Industry. In: Industrial and Labor Relations Review, 42 (1989), S. 331–347.

⁶ Wohlgermerkt gilt dies nur für die Produktion, nicht aber für die Finanzierung und den Verleih von Filmen, deren Erfolg ja höchst unsicher ist, so dass eine Risikostreuung durch Pooling mehrerer Projekte in einem Unternehmen angezeigt ist. Vgl. auch Björn Frank: Zur Ökonomie der Filmindustrie. Hamburg: S+W, 1993.

⁷ Bestätigt wird diese Regel durch Ausnahmen wie etwa die Pyrotechnik. Einer der Befragten schrieb uns, für ihn sei eine eher dünn besiedelte Gegend mit verlassenem Panzerbunkern ideal.

Tabelle 1

Standortpräferenzen von Anbietern filmbezogener Dienstleistungen

Aktueller Standort	Zahl der Unternehmen	Wunschstandort (Nennungen in %)						
		Berlin	Frankfurt a. M.	Hamburg	Köln	München	Sonstiger Standort	
							Inland	Ausland
Berlin	76	75,5	0,0	0,0	9,4	6,8	7,0	1,3
Frankfurt a. M.	11	13,6	40,9	0,0	13,6	13,6	9,1	9,1
Hamburg	41	42,1	2,4	32,3	14,0	6,7	2,4	0,0
Köln	39	26,3	1,3	1,5	63,0	6,6	1,3	0,0
München	56	29,6	0,0	2,2	5,5	60,0	1,8	0,9
Sonstige	177	14,0	3,3	5,7	22,1	16,0	33,0	5,9

Quelle: Unternehmensbefragung des DIW Berlin im Frühjahr 2002.

DIW Berlin 2002

Angeles/Hollywood. Dort sind die Gründe, die damals für die Standortwahl der Filmindustrie eine Rolle spielten, inzwischen nicht mehr gegeben.⁸ Als Ganzes könnte die Industrie heute auch an beliebigen anderen Orten angesiedelt sein. Jedes einzelne Unternehmen hat aber starke Anreize, in der Nähe der anderen zu verbleiben, so dass der Standort Hollywood eine ausgeprägte Stabilität aufweist. In Deutschland gibt es (noch) nicht *das* eine Zentrum der Filmindustrie; die Nähe zu den anderen Akteuren am Markt ist in Berlin, Hamburg, Köln und München (fast) gleichermaßen zu erreichen. Es ist aber nicht klar, ob sich diese vier Städte langfristig alle in dieser Position behaupten können. Während für ein einzelnes Unternehmen in Hollywood normalerweise keine Anreize bestehen, in eine andere Stadt zu ziehen, kann es natürlich Gründe geben, etwa von Hamburg nach Köln zu wechseln. Diese Gründe sind Gegenstand einer empirischen Untersuchung, deren Ergebnisse über die Filmindustrie hinaus Aufschluss geben sollen über den Wettbewerb der Standorte um vernetzte Kleinunternehmen.

Die Untersuchung bezieht sich nicht auf die Filmproduzenten selbst⁹ und auch nicht auf die Drehorte, über die unter dem Einfluss regionaler Filmförderungsmodelle höchst verzerrte Entscheidungen getroffen werden. Befragt wurden stattdessen Anbieter von filmbezogenen Dienstleistungen (z. B. Tierdressur, Video-Postproduktion, Synchronisation, Castingagenturen, Beschriftung bzw. Filmtitelei, Kameraverleih, Schnitt, Pyrotechnik). Den Unternehmen wurde bezüglich ihrer Standortpräferenzen folgende Frage gestellt: „Nehmen Sie an, Sie würden Ihr Unternehmen heute noch einmal gründen, wobei Sie noch keine Mitarbeiter eingestellt hätten und keine Räumlichkeiten hätten. Sehen Sie bitte ferner von privaten Präferenzen für bestimmte Städte ab. Welches wäre die ideale Stadt für Ihr Unternehmen? Wieso?“ Zu dieser Frage liegen 400 verwertbare Antworten vor.¹⁰

Die Angaben der Unternehmen zu den idealen Standorten müssen keine kurzfristigen Konsequenzen haben: Die Befragten sollten ja von Umzugshemmnissen absehen, es handelt sich also um „virtuelle Standortpräferenzen“. Allerdings ist zu vermuten, dass im Fall von Neugründungen die relativen Stärken und Schwächen der Standorte sehr viel wichtiger sind, dass sich also eine Änderung der Bedeutung von Standorten nicht über Umzüge, sondern über Neugründungen und Unternehmenswachstum vollzieht. Im Durchschnitt sind die befragten Unternehmen etwa zehn Jahre alt, d. h. es kann von einer relativ hohen Fluktuationsrate ausgegangen werden, und Neugründungen können mittelfristig einen bedeutenden Einfluss ausüben. Da potentielle Neugründer aber noch nicht befragt werden können, ist die Wahrnehmung der Standortqualität durch etablierte Unternehmen der beste zur Verfügung stehende Indikator.

Über die Hälfte der Unternehmen haben ihren Sitz in einem der vier genannten Zentren der deutschen Filmindustrie,¹¹ wobei Unternehmen aus der unmittelbaren Nachbarschaft (z. B. Unterföhring bei München, Potsdam bei Berlin) noch nicht einmal mitgezählt sind (Tabelle 1). Wesentlich mehr als zehn Nennungen als „Wunschstandort“ erzielen lediglich diese vier Städte. Frankfurt ist mit zwölf Nennungen deutlich abgeschlagen, und bei den dortigen Zuzugskandidaten handelt es sich ausschließlich um Unternehmen aus der unmittelbaren Umgebung der Stadt.

Standortpräferenzen der Unternehmen

Berlin schneidet bei den Standortpräferenzen mit Abstand am besten ab. Die Diagonale in Tabelle 1 gibt den Prozentanteil der Unternehmen an, die in ihrem Standort den für sie idealen sehen. Dies gilt für drei Viertel der Berliner Filmdienstleister, aber nur für knapp ein Drittel der Hamburger. Auch

⁸ Vor 90 Jahren war die Technik der künstlichen Beleuchtung keineswegs ausgereift, so dass eine sonnenreiche Gegend vorteilhaft war; ferner wurde die Nähe zur mexikanischen Grenze gesucht, da die Filmproduzenten sich beim Umgang mit Patentrechten häufig am Rande oder jenseits der Legalität bewegten und auf einen kurzen Weg ins Ausland Wert legten. Vgl. John Izod: *Hollywood and the Box Office 1895–1986*. Houndsmill: Basingstoke, 1988, S. 31 f.; Terry Ramsaye: *A Million and One Nights*. New York 1926 (repr. 1986), Kap. 53.

⁹ Vgl. hierzu die kürzlich vom DIW Berlin vorgelegte Studie von Wolfgang Seufert et al.: *Film- und Fernsehwirtschaft in Deutschland 2000/2001*. Schriftenreihe der Landesmedienanstalten, Bd. 26. Berlin: VISTAS, 2002.

¹⁰ Im Februar und März 2002 wurden 2 642 Unternehmen angeschrieben, deren Adressen einem einschlägigen Branchenverzeichnis auf CD-ROM entnommen wurden (Kay Publishing: *Der Kay '01*, Hamburg 2001). Der Fragebogen enthielt eine Reihe weiterer Fragen zu einer noch laufenden Untersuchung, weshalb nicht jede der 436 Antworten – dies entspricht einer Rücklaufquote von 16,5% – Angaben zu den Standortpräferenzen enthält.

¹¹ Dies gilt auch für die hier nicht betrachteten Filmproduzenten i. e. S.; vgl. Wolfgang Seufert et al., a. a. O., Kap. 5.

München und Köln erreichen mit 60 % bzw. 63 % den Berliner Wert nicht. Von den 24,5 % der Berliner Unternehmen, die andere Standorte für geeigneter halten, würden 9,4 % nach Köln, 6,8 % nach München und 8,3 % an sonstige Standorte im Inland oder ins Ausland ziehen. Auch als Zielort steht Berlin deutlich an erster Stelle: Aus Frankfurt würden 13,6 % der Unternehmen nach Berlin wechseln, bei Hamburg sind es sogar 42,1 %, bei Köln 26,3 % und bei München 29,6 %. Potentielle Zuzüge in dieser Größenordnung erreicht keines der anderen Filmzentren (vgl. auch Abbildung).¹²

Für die Beantwortung der Frage nach den Gründen für die Standortpräferenzen wurden neun zur Auswahl gestellt. Im Folgenden werden die Gründe nach der Häufigkeit der Nennungen (Mehrfachnennungen möglich) aufgeführt:

- Nähe zu potentiellen Kunden (378)
- Nähe zu aktuellen Kunden (355)
- Reservoir freier Mitarbeiter oder Subunternehmer in der Stadt (237)
- Kontakt zu anderen Anbietern derselben Dienstleistung(en) (200)
- Öffentliche Förderung (115)
- Kostenvorteile (z. B. Mieten, Steuern) (109)
- Nähe zu Lieferanten (108)
- Reservoir potentieller fest angestellter Mitarbeiter in der Stadt (88)
- Sonstiges (50)

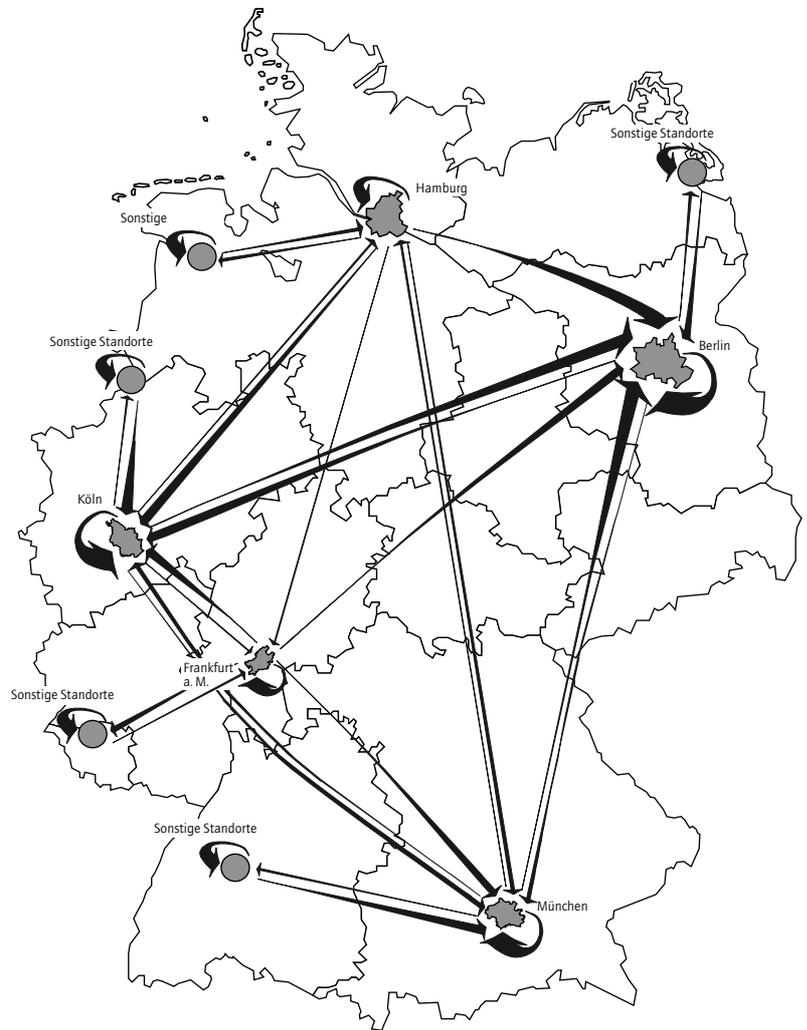
Auffällig ist, dass das „Reservoir potentieller fest angestellter Mitarbeiter in der Stadt“ eine vergleichsweise geringe Rolle spielt; Grund hierfür ist die Dominanz von Klein- und Ein-Personen-Unternehmen bei den filmbezogenen Dienstleistungen.¹³

Um zu ermitteln, welches die relativen Stärken und Schwächen der wichtigsten Standorte sind, wurden aus den Daten über ideale Standorte und Gründe für diese Standortpräferenzen Kennziffern berechnet, die in den Tabellen 2 und 3 dargestellt sind und deren Berechnung im Kasten erläutert wird. Bei Fettdruck ist der Unterschied mit einer Irrtumswahrscheinlichkeit von höchstens 10 % signifikant.¹⁴

Auffällig ist, dass die absolute Häufigkeit der Nennung eines Grundes nicht bedeutet, dass sich in dieser Hinsicht die Städte unterscheiden; von der „Nähe zu aktuellen Kunden“ gehen keine Impulse für Standortverlagerungen von anderen Städten nach Berlin (oder umgekehrt) aus. Stattdessen sind es vor allem die geringeren Kosten, die zugunsten von Berlin mit einer signifikant höheren Wahrscheinlichkeit als für die anderen angeführten Städte genannt werden. Eine Schwäche des

Abbildung

Virtuelle Standortverlagerung von Anbietern filmbezogener Dienstleistungen¹



1 Dienstleistungen zur Filmherstellung wie Tricktechnik, Pyrotechnik, Casting u.a.

Den Unternehmen wurde folgende Frage gestellt: „Nehmen Sie an, Sie würden Ihr Unternehmen heute noch einmal gründen, wobei Sie noch keine Mitarbeiter eingestellt und keine Räumlichkeiten hätten. Sehen Sie bitte ferner von privaten Präferenzen für bestimmte Städte

ab. Welches wäre die ideale Stadt für Ihr Unternehmen? Wieso?“ Die Breite der Pfeile gibt die relative Stärke der verschiedenen virtuellen Wanderungsströme wieder, die von einer Stadt ausgehen.

Quelle: Unternehmensbefragung des DIW Berlin vom Frühjahr 2002.

DIW Berlin 2002

12 Dies steht nicht völlig in Einklang mit den Ergebnissen von Seufert et al., a. a. O., Kap. 6, deren Ansatz sich von dem hier gewählten dadurch unterscheidet, dass er nur Filmproduzenten und diese nur nach schulnotenähnlichen Bewertungen *ihres eigenen* Standortes befragt. München erreicht dabei die Note 2,0, Berlin 2,5 und Standorte außerhalb der hier betrachteten Agglomerationen 3,5.

13 158 Unternehmen, d. h. 35 % der antwortenden Unternehmen, haben keine sozialversicherungspflichtigen Angestellten; nur 30 Unternehmen bzw. 7 % haben mehr als 25 Angestellte.

14 Dabei wurde Fisher's Exact Probability Test verwendet; vgl. dazu etwa A. E. Maxwell: *Analysing Qualitative Data*. London: Chapman and Hall, 1961.

Kasten

Zur Berechnung der Kennziffern für die relativen Stärken und Schwächen der Standorte

Zunächst wird die (Ex-post-)Wahrscheinlichkeit, dass ein Grund für eine bestimmte Stadt genannt wurde, berechnet, und zwar als Zahl der Nennungen dieses Grundes für diese Stadt im Verhältnis zur Gesamtzahl der Nennungen für die Stadt. Davon abgezogen wird nun der gleiche Quotient für den alternativen Standort (Tabelle 2) oder für alle anderen möglichen Standorte zusammen (Tabelle 3). Ist das (noch mit 100 multiplizierte) Ergebnis positiv, dann wird der Grund mit einer höheren Wahrscheinlichkeit für die jeweilige Stadt angeführt als für den Vergleichsstandort. Würde beispielsweise eine Stadt A 100-mal als idealer Standort genannt, davon 50-mal mit der Begründung „Öffentliche Förderung“, und würden alle anderen Standorte 500-mal genannt, 300-mal mit derselben Begründung, dann errechnet sich das Maß dafür, welchen Einfluss die öffentliche Förderung auf die Wahrnehmung der Stadt A hat, wie folgt: $(50/100 - 300/500) \cdot 100 = -10$.

Tabelle 2

Standorte filmbezogener Dienstleistungen im Vergleich zu Berlin

	Berlin gegenüber ...				
	Hamburg	Köln	München	Frankfurt a. M.	Sonstige (Inland)
Das Reservoir freier Mitarbeiter oder Subunternehmer in der Stadt	-10,14	-6,85	2,54	22,44	9,94
Das Reservoir potentieller fest angestellter Mitarbeiter in der Stadt	-7,75	-4,63	-6,95	-11,54	-5,29
Geringere Kosten (z. B. Mieten, Steuern)	16,26	20,93	24,27	25,16	-6,09
Kontakt zu anderen Anbietern derselben Dienstleistung(en)	-6,53	-8,86	-7,98	-1,60	4,65
Nähe zu aktuellen Kunden	2,56	-4,10	-6,28	-5,77	0,48
Nähe zu potentiellen Kunden	6,76	-2,42	8,06	-1,76	13,24
Nähe zu Lieferanten	3,90	-9,69	-10,50	3,53	-7,72
Öffentliche Förderung	12,70	-12,49	2,41	21,80	-1,96

Ist die Kennziffer positiv (negativ), dann wird der jeweilige Grund für Berlin mit höherer (niedrigerer) Wahrscheinlichkeit genannt als für die Vergleichsstadt.

Bei Fettdruck ist der Unterschied hinsichtlich dieses Indikators, der das relative Gewicht von Gründen für Standortpräferenzen widerspiegelt, statistisch signifikant; siehe auch Kasten.

Quelle: Unternehmensbefragung des DIW Berlin im Frühjahr 2002.

DIW Berlin 2002

Standorts Berlin ist der Mangel an Lieferanten für die filmbezogenen Dienstleister, wobei es sich häufig nicht um filmspezifische Vorprodukte handeln dürfte, sondern etwa um Elektronikbauteile, Chemikalien u. a. Die öffentliche Förderung offenbart sich als Stärke von Köln; Berlin wird in dieser Hinsicht signifikant besser wahrgenommen als Frankfurt und Hamburg – aber schlechter als Köln.

Aufschlussreich ist der Vergleich der „sonstigen“ Standorte mit Berlin, Hamburg, Köln und München. Standorte außerhalb der Zentren der deutschen Filmindustrie weisen drei Schwächen auf:

- ein weniger attraktives Reservoir freier Mitarbeiter oder Subunternehmer;
- schwächerer Kontakt zu Anbietern derselben Dienstleistung;
- geringere Nähe zu potentiellen Kunden.

Tabelle 3

Standorte im Vergleich zur Gesamtheit der Alternativen

	Berlin	Frankfurt a. M.	Hamburg	Köln	München	Sonstige Standorte	
						Inland	Ausland
Das Reservoir freier Mitarbeiter oder Subunternehmer in der Stadt	0,32	-22,94	11,09	8,95	-2,87	-11,55	17,56
Das Reservoir potentieller fest angestellter Mitarbeiter in der Stadt	-5,90	7,72	3,94	0,71	3,58	1,45	-3,34
Geringere Kosten (z. B. Mieten, Steuern)	14,07	-15,97	-7,02	-14,21	-18,10	18,70	21,75
Kontakt zu anderen Anbietern derselben Dienstleistung(en)	-5,72	-2,42	2,77	6,22	5,02	-10,22	25,15
Nähe zu aktuellen Kunden	-2,16	4,42	-4,34	3,31	5,96	-2,34	-21,31
Nähe zu potentiellen Kunden	6,08	6,15	-2,75	8,35	-4,81	-10,76	-9,46
Nähe zu Lieferanten	-7,96	-9,31	-10,05	5,31	6,23	2,66	14,61
Öffentliche Förderung	-1,62	-23,66	-14,70	14,39	-4,37	1,00	5,83

Ist die Kennziffer positiv (negativ), dann wird der jeweilige Grund für die betrachtete Stadt mit höherer (niedrigerer) Wahrscheinlichkeit genannt

als für die Gesamtheit der alternativen Standorte; bei Fettdruck ist dieser Unterschied statistisch signifikant; siehe auch Kasten.

Quelle: Unternehmensbefragung des DIW Berlin im Frühjahr 2002.

DIW Berlin 2002

Schlussfolgerungen

Die Ergebnisse der Untersuchung korrespondieren sehr gut mit der eingangs entworfenen Skizze der Filmproduktion als einer stark desintegrierten, flexibel vernetzten Industrie, für die ein gewisses Maß lokaler Konzentration förderlich ist. Die Filmwirtschaft ist sicher ein extremes Beispiel, in manchen anderen Branchen dürfte es aber zu einem ähnlichen Strukturwandel kommen. Wie stark dieser jeweils sein wird, hängt u. a. von der Größe des Marktes, der räumlichen Verteilung der Nachfrage und von der Art der Transaktionen zwischen Anbietern und Nachfragern ab. Der lokalen Wirtschaftsförderung sind hier enge Grenzen gesetzt. Individuelle Subventionen sind kaum geeignet, Unternehmen aus ihren etablierten Netzwerken zu lösen. Recht aussichtslos erscheinen beispielsweise Versuche kleinerer Filmstandorte, durch eine gezielte Förderungs- und Ansiedlungspolitik in die Liga der vier führenden Zentren aufzusteigen. Wahrscheinlicher ist, dass ein oder zwei der führenden Standorte an Bedeutung verlieren.¹⁵ Dies gilt insbesondere dann, wenn einsetzende Abwanderungsbewegungen zu einer Abwertung des

Standortes führen, weil eine sinkende Qualität des lokalen Netzwerkes wahrgenommen wird. Aus demselben Grund ist damit zu rechnen, dass jede Neuansiedlung in einer Stadt weitere Neuansiedlungen oder Neugründungen zulasten anderer Standorte nach sich zieht. Einmal in Gang gekommene Entwicklungen können sich also – im positiven wie im negativen Sinne – leicht selbst verstärken.

Die Filmförderung Berlins als Beitrag zum „Filmboard Berlin-Brandenburg“ steht nach Presseberichten vollständig zur Disposition,¹⁶ obwohl im März 2002 noch von einer Aufstockung die Rede war.¹⁷ Vor dem Hintergrund der hier vorgelegten Analyse ist sie aber durchaus als sinnvolle und langfristig ertragreiche Maßnahme für die Stadt anzusehen.

15 Während die Zahl der Beschäftigten in filmwirtschaftlichen Produktionsunternehmen in Berlin, Köln und München von 1997 bis 2000 deutlich zugenommen hat, sank sie in Hamburg; vgl. Seufert et al., a. a. O., S. 115.

16 Vgl. die Dokumentation kursierender Sparvorschläge in taz Berlin lokal, Nr. 6856 vom 18.9.2002, S. 21.

17 Vgl. etwa Stefan Kirschner: Niemand hat die Absicht, eine Oper zu schließen. In: Die Welt vom 20.3.2002.

Aus den Veröffentlichungen des DIW Berlin
Diskussionspapiere

Erscheinen seit 1989

Nr. 303

Interpreting Currency Crises – A Review of Theory, Evidence, and Issues

Von Omar F. Saqib

Oktober 2002

Nr. 304

An Investigation into the 1999 Collapse of the Brazilian Real

Von Omar F. Saqib

Oktober 2002

Nr. 305

European Mothers' Time With Children: Differences and Similarities Across Nine Countries

Von Jutta M. Joesch und C. Katharina Spiess

Oktober 2002

Nr. 306

Back on Track? Savings Puzzles in EU-Accession Countries

Von Mechthild Schrooten und Sabine Stephan

Oktober 2002

Nr. 307

Corporate Donations to the Arts: Philanthropy or Advertising?

Von Björn Frank und Kurt Geppert

Oktober 2002

Nr. 308

Optimal Fiscal Policy in an Economy Facing Socio-Political Instability

Von Chetan Ghate, Quan Vu Le und Paul J. Zak

Oktober 2002

Nr. 309

Outsourcing and Firm-level Performance

Von Bernd Görzig und Andreas Stephan

Oktober 2002

Nr. 310

Endogenous Distribution, Politics, and Growth

Von Satya Das und Chetan Ghate

Oktober 2002

Nr. 311

Accounting for Poverty Differences between the United States, Great Britain and Germany

Von Martin Biewen und Stephen P. Jenkins

Oktober 2002

Die Volltextversionen der Diskussionspapiere liegen von 1998 an komplett als Pdf-Dateien vor und können von der entsprechenden Website des DIW Berlin heruntergeladen werden (www.diw.de/deutsch/publikationen/diskussionspapiere).



Information über Veranstaltungen des DIW Berlin

Industrietagung des DIW Berlin

Die Industrietagung ist ein hervorragendes Forum für Experten, die an Einschätzungen der aktuellen ökonomischen Entwicklung der Weltwirtschaft und ihrer Regionen sowie den sich daraus ergebenden Konsequenzen für die deutsche Wirtschaft mit ihren Branchen interessiert sind. Die wissenschaftliche Betreuung durch das DIW Berlin und die aktive Mitarbeit einer großen Zahl von Teilnehmern aus der Praxis sind das Qualitätssiegel der Veranstaltung. Es wird ein umfassendes und detailliertes Bild der aktuellen konjunkturellen Situation – künftig verstärkt auch der strukturellen Herausforderungen – gezeichnet, das im Kontext mit den davon unterschiedlich betroffenen Branchen und Unternehmen diskutiert wird.

Die eineinhalbtägige Tagung wird seit Oktober 1960 zweimal jährlich, jeweils im Mai und November, durchgeführt und von der Vereinigung der Freunde des DIW Berlin (VdF) gefördert. Die Tagung ist das zentrale Bindeglied des DIW Berlin für die Zusammenarbeit mit der Wirtschaft und ihren Organisationen. Rund 100 Repräsentanten aus Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und Wissenschaft nehmen regelmäßig teil. Mit dem Umzug der Bundesregierung nach Berlin hat sich auch die Teilnehmerzahl aus der Politik deutlich erhöht; dies hat neue Möglichkeiten für den wirtschaftspolitischen Dialog geschaffen.

Ausgangspunkt der Tagung ist regelmäßig ein Bericht des DIW Berlin zur konjunkturellen Lage der Weltwirtschaft und ihrer Regionen sowie ihrer kurzfristigen Entwicklungsperspektiven. Daraus werden Schlussfolgerungen für die Wirtschaftspolitik abgeleitet und diskutiert. Im Anschluss daran wird ein wirtschaftspolitisch aktuelles Schwerpunktthema behandelt. Darauf aufbauend werden Prognosen für die einzelnen Wirtschaftszweige vorgestellt, und zwar sowohl vom DIW Berlin als auch von Experten der jeweiligen Branchen aus Unternehmen oder Verbänden. Um dem zunehmenden Interesse an den strukturellen Herausforderungen und den mittelfristigen Perspektiven von Branchen besser gerecht zu werden, sollen künftig jeweils im Frühjahr Simulationen zur Entwicklung der größeren Branchen über einen Zeitraum von vier bis fünf Jahren vorgestellt werden. Damit erhalten die Teilnehmer einen wichtigen Orientierungsrahmen, in den sie die kurzfristigen Prognosen und Erwartungen einordnen können.

Mit diesem Serviceangebot will das DIW Berlin, insbesondere die Abteilung Innovation, Industrie und Dienstleistungen in Zusammenarbeit mit der Abteilung Konjunktur, eine in Deutschland einmalige Plattform schaffen, um über die vielen branchenspezifischen Fachtagungen hinaus interessierten Experten die Möglichkeit zu geben, die Entwicklungen der sie interessierenden Märkte in einem weiteren Umfeld zu verstehen.

Impressum

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann (Präsident)
PD Dr. Gustav A. Horn
Dr. Kurt Hornschild
Wolfram Schrettl, Ph. D.
Dr. Bernhard Seidel
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Dr. Hans-Joachim Ziesing

Redaktion

Dörte Höppner
Dr. Elke Holst
Jochen Schmidt
Dieter Teichmann

Pressestelle

Dörte Höppner
Tel. +49-30-897 89-249
presse@diw.de

Verlag

Verlag Duncker & Humblot GmbH
Carl-Heinrich-Becker-Weg 9
12165 Berlin
Tel. +49-30-790 00 60

Bezugspreis

Jahrgang Euro 108,-/sFR 182,-
Einzelnnummer Euro 10,-/sFR 18,-
Zuzüglich Versandkosten
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende

ISSN 0012-1304

Bestellung unter www.diw.de

Konzept und Gestaltung

kognito, Berlin

Druck

Druckerei Conrad GmbH
Oranienburger Str. 172
13437 Berlin