



FILMUNIVERSITÄT  
BABELSBERG  
KONRAD WOLF



ERICH POMMER  
INSTITUT

media.think.tank 2018

# film | innovation | economics

20. April 2018 | Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*

Konferenzdokumentation

In Kooperation mit



Förderer



Kooperationspartner und Co-Veranstalter Networking-Event



Medienpartner



## film | innovation | economics

### Die Filmbranche als Impulsgeberin für Innovationen in Wirtschaft und Gesellschaft?

Die Konferenz diskutierte die Filmbranche als Creative Industry und ihre Impulse für die Wirtschaft und Gesellschaft im digitalen Zeitalter. Film ist ein wichtiger Motor des Wandels. Das kreative Denken, die Exzellenz in den künstlerischen Gewerken, das hochpräzise Arbeiten im Team, zugleich der Umgang mit digitaler Technik und mit digitalen Geschäftsmodellen werden mehr und mehr zur Schlüsselkompetenz – weit über die Filmbranche hinaus. Mit diesem erweiterten Blick wurde über Selbstverständnis, Stellenwert und Bedeutung des deutschen Films einmal anders diskutiert.

### Über die media.think.tank-Reihe

Der media.think.tank ist eine Konferenz- und Publikationsreihe der Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF* und des Erich Pommer Instituts. Er bietet ein Forum für den Wissenstransfer und für die Vernetzung von Medienbranche, Politik und Forschung/Wissenschaft zu aktuellen Themen im Raum der Gesellschaft. Der media.think.tank verbindet Arbeitsfelder der Theorie und der Praxis zu neuen Impulsen der Gestaltung.

---

Eine Veranstaltung von:



FILMUNIVERSITÄT  
BABELSBERG  
KONRAD WOLF

### Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*

Die Filmuniversität gehört zu den modernsten und größten Filmschulen Deutschlands und ist die einzige Filmhochschule mit Universitätsstatus in Deutschland. Mit ihrer innovativen Forschung, ihrem einzigartigen gewerke- und teamorientierten Ausbildungsprofil und ihren erfolgreichen Produktionen prägt sie die Zukunft der Bewegtbildmedien.

[www.filmuniversitaet.de](http://www.filmuniversitaet.de)



ERICH POMMER  
INSTITUT

### Erich Pommer Institut

Das Erich Pommer Institut ist einer der führenden Weiterbildungsanbieter in der deutschen und europäischen Medienbranche und ein anerkannter Branchen-Think Tank. Das Institut wurde 1998 als unabhängige gemeinnützige GmbH in Potsdam-Babelsberg gegründet und ist An-Institut der Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF* und der Universität Potsdam.

[www.epi.media](http://www.epi.media)

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>Einleitende Begrüßung</b>   Prof. Dr. Susanne Stürmer	5
<b>Teil 1:</b> <b>Film als Kernbranche der Creative Industries – A Bigger Picture?</b>	
<b>Input: Die Filmbranche in Deutschland: Wirtschaftliche Bedeutung und Wachstumspotentiale</b>   Prof. Dr. Klaus Goldhammer	8
<b>Panel 1</b>	9
<b>Teil 2:</b> <b>Navigieren in offenen Systemen: Kreative Prozesse, Creative Entrepreneurship, Creative Governance</b>	
<b>Keynote: Die Innovationskraft künstlerischen Denkens</b>   Prof. Ursula Bertram	13
<b>Input: Künstlerische Forschung im Wandel der Wirtschaft und Gesellschaft</b>   Prof. Dr. Stefan Winter	14
<b>Panel 2</b>	15
<b>Teil 3:</b> <b>Neue Formen des Neuen: Nicht-technische Innovationen in der Filmbranche</b>	
<b>Keynote: Innovationen in der Filmbranche – Mehr als Technik</b>   Dr. Christian Handke	19
<b>Input: Innovationen in der Filmindustrie – Fakten und Förderbedarf</b>   Dr. Anselm Mattes	20
<b>Panel 3</b>	21
<b>Expertinnen und Experten</b>	24



# Einleitende Begrüßung



**Prof. Dr. Susanne Stürmer**

Präsidentin Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*

Liebe Gäste des media.think.tank 2018, liebe Hochschulangehörige,

ich begrüße Sie herzlich an der Filmuniversität Babelsberg und sehe dem gemeinsamen Tag gespannt entgegen. Das Thema Film als Creative Industry wird häufig im Mund geführt und kommt erst einmal schlicht daher. Der heutige Tag wird die Komplexität des Themas zeigen, in thematischen Brückenschlägen, aus der Unterschiedlichkeit der Beitragenden: Sie kommen aus der Politik – auf Ebene der EU, des Bundes und des Landes, es sind Unternehmerinnen und Unternehmer aus Technik und Kreativbereichen, Künstler und Künstlerinnen, Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen, ebenfalls aus unterschiedlichen Bereichen – von der Ökonomie und Soziologie bis hin zur künstlerischen Forschung, und schließlich Vertreterinnen und Vertreter von Förderinstitutionen aus Film und Forschung. Und mit dieser umfangreichen Aufzählung sind noch nicht alle Beitragenden genannt.

Die Ausgangssituation unserer Debatte heute ist die Situation einer Branche im Umbruch – einige Stichworte dazu: Die traditionellen Vertriebskanäle TV und Kino stehen unter Druck, gerade in den jüngeren Altersgruppen verzeichnen sie erhebliche Einbrüche. Die öffentlich-rechtlichen Sender, Hauptauftraggeber und Hauptfinanziers von Film- und Fernsehhalten, sehen sich in ihrer Legitimation hinterfragt. VoD-Anbieter erstarken. Semi-professionelle Inhalte werden über neue Intermediäre online verbreitet. Gleichzeitig boomt der Film wie nie: Neue Nachfrager treten auf den Plan, das Angebot audiovisueller Werke auf allen Kanälen nimmt exponentiell zu. Firmen auf allen Ebenen des Produktionsprozesses klagen über Fachkräftemangel. Und, ganz wichtig, der internationale Wettbewerb nimmt zu: Zuschauer, Vertriebspartner und Geldgeber kennen keine nationalen Grenzen mehr. Wer morgen und übermorgen Publikum für seine Filme finden will, muss sich auf unterschiedlichsten Plattformen bewegen und steht im Wettbewerb mit einem weltweiten Angebot.

In dieser Situation ist keineswegs klar, ob die heimische Filmbranche von dem allgemeinen Wachstum profitieren kann und ob sie eine wesentliche Rolle im internationalen Feld spielen wird. Für die Zukunft des Films in Deutschland stellen sich im Moment entscheidende Weichen. Damit ist nicht in Zweifel gezogen, dass die Kreativen in Deutschland in der Lage sind, auf internationaler Ebene mitzuspielen. Die Frage ist vielmehr, ob die strukturellen Gegebenheiten des Marktes und die politische Unterstützung für die Branche die Voraussetzungen für eine starke internationale Wettbewerbsposition schaffen. Und die Frage stellt sich nach der Rolle und dem Gewicht des Films für die Entwicklung der Gesellschaft und der Wirtschaft unseres Landes.

Dabei meint „Film“ nicht Kino, sondern die filmische Erzählung in jedem Genre, jedem Format und jeder Länge – unabhängig von der jeweiligen Verbreitungsform – und auch das filmische Arbeiten, den filmischen Prozess.

Drei Ebenen sind dabei zu unterscheiden: Der Wert und die Bedeutung des Films als Kulturgut steht außer Frage, die Instrumente kultureller Filmförderung sind vielfältig. Auch die Debatte um die Filmbranche als wichtigem Wirtschaftsfaktor wurde in den letzten Jahren intensiv geführt und resultierte in neuen, stärker wirtschaftlich und auch international orientierten Fördertöpfen, der

automatisierten Förderung des DFFF sowie dem German Motion Picture Fund. Und schließlich erweitert der Diskurs über die Rolle der Creative Industries, der derzeit vor allem von der europäischen Ebene her neue Impulse bekommt, diesen Blick. Das Konzept ist nicht neu, sondern reicht in die 90er Jahre zurück und war seitdem nicht unumstritten. Es versucht, kreativen und künstlerischen Bereichen in ihren Besonderheiten als Branche gerecht zu werden und systematische Unterstützung zu leisten.

Das erste Panel beschäftigt sich mit diesen Facetten des Films – Film als Kulturgut, als Wirtschaftsgut, als Creative Industry. Das zweite Panel diskutiert die Innovationskraft kreativ-künstlerischen Arbeitens. Und zwar sowohl in der praktischen Anschauung der Branche, einmal aus Sicht von Wolf Bauer, einem der unternehmerischen Vordenker, und aus Sicht von Jannis Funk, der zum unternehmerischen Nachwuchs zählt. Aber auch aus künstlerischer und theoretischer Sicht: Wir haben den Titel eines Buches von Frau Professorin Bertram verwendet, wonach das nicht lineare künstlerische Denken über die Fähigkeit des Navigierens in offenen Systemen verfügt, über die Erfahrung im Umgang mit dem Unbekannten und im Denken in Szenarien, wie Professor Winter in seinem kurzen Fakteninput beschreiben wird. Und auch hier geht es natürlich um die Besonderheiten des Films: Film ist eine höchst dialog- und teamorientierte Kunst, er kann Role Model sein für Arbeits- und Geschäftsmodelle, um die andere Branchen noch ringen: rasche Innovationszyklen, das Prototyping, der Umgang mit immateriellen Produkten, Teamwork, nicht nur die Nutzung, sondern auch die Gestaltung digitaler Technologie – das alles zeichnet seit jeher den Film aus.

Wenn es also viele gute – hier nur angerissene – Gründe geben mag, den Film noch breiter zu denken und in seiner Rolle für Gesellschaft und Wirtschaft neu zu verorten, beschäftigt sich das dritte Panel mit einem neuen Innovationsbegriff, der Messbarkeit dieser Art von Innovation und dem möglichen Bedarf nach neuen öffentlichen und privaten Formen der Innovationsförderung. Es ist ein erklärtes Vorhaben der Bundesregierung, aber auch der Landesebene, den Innovationsbegriff, der den jeweiligen Förderprogrammen zugrunde liegt, für die Kultur- und Kreativwirtschaft zu öffnen und zu erweitern. Neben der etablierten technischen Innovation und der inzwischen anerkannten digitalen Innovation geht es um die Bedeutung einer nicht-technischen, künstlerisch-kreativen Innovation. Hierzu werden uns Dr. Christian Handke und Dr. Anselm Mattes vom DIW wichtigen Input geben. Und auch hier wird die Diskussion nicht im luftleeren Raum geführt, sondern gespiegelt an den Erfahrungen eines Filmschaffenden, Arno Heinisch, und eines Unternehmers, Wolf Bosse, der für die Geschäftsentwicklung bei ARRI verantwortlich ist.

Ich hoffe, auch Ihre Spannung ist gestiegen – ich bin gespannt, ob es uns gelingt, die verschiedenen Puzzleteile neu zusammzusetzen und neue Erkenntnisse und Impulse zu gewinnen.

---

# Teil 1: Film als Kernbranche der Creative Industries – A Bigger Picture?



# Input: Die Filmbranche in Deutschland: Wirtschaftliche Bedeutung und Wachstumspotentiale



**Prof. Dr. Klaus Goldhammer**  
Goldmedia GmbH Strategy Consulting

Prof. Dr. Klaus Goldhammer liefert die Fakten zur wirtschaftlichen Bedeutung der Filmindustrie in Deutschland: Im Jahr 2016 lag die Bruttowertschöpfung der gesamten Filmwirtschaft mit über 160.000 Beschäftigten bei 13,5 Mrd. EUR. Rund 250 Spielfilmproduktionen wurden realisiert. Der Umsatztreiber ist die TV-Branche, die 14,6 Mrd. der 25 Mrd. EUR Gesamtumsatz für sich verbuchen kann. Die Zahl der Kinobesucher hingegen ist von 2001-2017 jährlich um durchschnittlich 2,3% gefallen.

In Deutschland lassen sich die folgenden Veränderungen beobachten:

1. Im Internet lässt sich das Ende der „Kostenlos-Kultur“ erkennen, seit immer mehr entsprechende kommerzielle Angebote bestehen.
2. Die 14-29-Jährigen wenden sich vom linearen Angebot ab; VoD ist heute schon wichtiger als lineares Fernsehen.
3. Alle klassischen Distributionswege haben seit 2012 an Reichweite verloren: Kino (-10,3%), TV (-8%), Videotheken (-57,2%), DVD/Blu-ray-Kaufmarkt (-15,1%).

„Content is King“ konstatiert Prof. Dr. Goldhammer mit Blick auf den globalen VoD-Markt: im Jahr 2018 planen US-Player, mehr als 63 Mrd. USD in Content zu investieren und u.a. mehr als 500 neue Serien zu produzieren. Während einige

der Online-Videoplattformen bereits etabliert und global aktiv sind (wie Netflix, Amazon), kündigen auch andere Player (wie Disney, NBC Universal, Fox, Viacom) den Launch eigener Plattformen an. Derzeit läuft ein Kampf um Marktanteile, Abonnenten und Rechte.

Auch der deutsche VoD-Markt entwickelt sich positiv: Im Jahr 2017 nutzten mehr als 18 Millionen Deutsche ab 18 Jahren täglich VoD-Angebote. Den Großteil des Abo-Marktes bedienen Amazon mit 42% und Netflix mit 23%. Sky liegt mit Sky Ticket und Sky Go zusammen bei 20% und Maxdome kommt auf 8% (alle Zahlen laut vod-ratings.de vom 4. Quartal 2017)

Fazit: Der Paradigmenwechsel ist in vollem Gange! Die Tagesreichweiten von VoD-Angeboten steigen stetig, denn diese punkten neben den Inhalten in erster Linie mit einer hohen Kundenfreundlichkeit sowie der direkten Verfügbarkeit. Die klassischen Verwertungsfenster geraten immer stärker unter Druck.

*„Nur eines ist sicher: Die Transformation der Filmindustrie wird in den nächsten Jahren weitergehen.“*

Prof. Dr. Klaus Goldhammer

# Panel 1

## Panelgäste



### **Christoph Backes**

Projektleiter, Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes



### **Dr. Christian Ehler**

Mitglied des Europäischen Parlaments, Vorsitzender der Intergroup „Creative Industries in Europe“



### **Michael Reiffenstuel**

Beauftragter für Auswärtige Kulturpolitik und stellvertretender Leiter der Abt. Kultur und Kommunikation, Auswärtiges Amt



### **Meike Kordes**

Filmproduzentin und Geschäftsführende Gesellschafterin, Kordes & Kordes Film



### **Prof. Kirsten Niehuus**

Geschäftsführerin Filmförderung, Medienboard Berlin-Brandenburg



### **MinDir Dr. Jan Ole Püschel**

Leiter Gruppe Medien und Film, Internationales bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien

## Moderation

### **Torsten Zarges**

Chefreporter, DWDL.de



Das erste Panel diskutiert die Bedeutung der Kreativindustrien aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Christoph Backes beschreibt die Arbeit des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Sie besteht vor allem darin, das Potenzial der Branche stärker sichtbar zu machen, die internationale Forschung zum Thema nach Deutschland zu holen und der Politik Anhaltspunkte zu geben, wie die Entwicklungslinien für die Kultur- und Kreativwirtschaft gestaltet werden können. Die Bürokratien zeigen hier einen besonderen Innovationsbedarf, da ihre statischen Strukturen mit der dynamischen Entwicklung der Kreativbranche nicht mithalten können.

Christian Ehler erläutert die Arbeit der Intergroup „Creative Industries in Europe“ des Europäischen Parlaments, die Abgeordnete aller großen Parteien umfasst. Verschiedene Entwicklungen treiben die Arbeit dieser Gruppe an:

Erstens erfordern Digitalisierungsthemen Reformen des europäischen Rechtsrahmens, wie es zum Beispiel die Copyright Directive oder die SatCab Directive zeigen. Zweitens wird die Entwicklung der künstlichen Intelligenz, die von kreativen Prozessen angetrieben wird, die Gesellschaft und die Wirtschaft radikal verändern.

Die Kreativwirtschaft bleibt dabei einer der Bereiche,

die durch künstliche Intelligenz nicht zu ersetzen sind. Drittens spielen in der wirtschaftlichen Dynamik und Wettbewerbsposition der europäischen Länder die klassischen Nachfrageparameter immer weniger eine Rolle; es geht mittlerweile eher um Faktoren wie „Lifestyle“ und „Image“. Kreatives Handwerk und künstlerische Produkte leisten hier einen wesentlichen Beitrag. Die Kreativbranchen machen rund 12% des Bruttosozialprodukts in Europa aus mit einem jährlichen Wachstum von 10% in den letzten Jahren. Der Sektor zieht mehr junge Menschen an als alle anderen Sektoren.

Michael Reiffenstuel unterstreicht die kulturpolitischen Aspekte der Kreativindustrien. Die Betrachtung und Förderung der wirtschaftlichen Aspekte darf nicht zulasten ihrer kulturellen Bedeutung gehen. Letztlich ist es ein „Kampf um Narrative“, es geht um die Darstellung unseres deutschen Gesellschaftsmodells – nicht als ein kultureller Export, sondern als Dialogform. Insbesondere der Film ist dazu geeignet, diese Rolle einzunehmen. Jan Ole Püschel unterstützt diese Sicht. Für ihn ist die kulturelle Filmförderung des BKM mit der Grundlagenforschung in der Wissenschaft vergleichbar, es geht nicht um unmittelbare Verwertbarkeit, sondern um eine grundlegende Bedeutung. Christian Ehler schreibt der Kultur die Deutungshoheit über die Zukunft unserer Gesellschaften zu. Das Medium Film hat dabei, zusammen mit der Musik, die weiteste Allgemeinheit in Europa. Die Filmbranche, als eine Kernbranche der Kreativwirtschaft, muss deshalb auf europäischer Ebene unterstützt werden.

Kirsten Niehuus nennt Beispiele für die starke Dynamik in der Filmbranche. Vor fünf Jahren waren beispielsweise High-End-Drama-Serien ein neues Geschäft, heute ist die Formel „Content is King“ aufgegangen. Die Förderrichtlinien des Medienboards sind vielfältiger geworden, die Diversität der Inhalte und Formate, die mittlerweile in den Fördersitzungen behandelt werden, ist deutlich angewachsen. Meike Kordes wünscht sich in der schnelleren Veränderung der Filmbranche eine engere Abstimmung und Zusammenarbeit der Produzentenallianz mit der Politik, vor allem mit der Politik der EU. Sie weist auf den Widerspruch zwischen der Wertschätzung des Films auf europäischer Ebene und den für die Geschäftsmodelle der Produzenten teilweise negativen europäischen Regulierungen hin. Dem stimmt Kirsten Niehuus zu – viele für die Filmindustrie

*„Die Filmindustrie produziert nicht nur Kunst und Unterhaltung. Sie ist die ‚Mutter‘ der Audiovisual Creative Industries und Innovationsmotor für eine High Tech-Zukunftsindustrie.“*

Prof. Kirsten Niehuus

negative Impulse kommen von der europäischen Ebene, einschließlich der Diskussionen um die Regionalförderungen, um Geoblocking oder um Budgetkürzungen des Förderprogramms „Creative Europe“. Im Gegenzug beklagt Christian Ehler, dass die Filmbranche zu wenig artikuliere, was sie benötige. Es kämen zu wenig Impulse und konkrete Vorschläge, zum Beispiel zu den Vertriebswegen. Die Musikindustrie sei hier aktiver, vielleicht weil sie schon länger unter enormem Veränderungsdruck stehe. Die Filmindustrie habe es sich in der „Rolle des Opfers“ bequem gemacht, reklamiere eine moralische Überlegenheit und hänge an alten Gewissheiten. Das sei eine gefährliche Haltung. Die jüngere Generation habe z.B. eine ganz andere Sicht auf die Bedeutung digitaler Eigentumsrechte, Firmen wie Google und Netflix investiere zum Beispiel Millionen USD in die Lobbyarbeit. Michael Reiffenstuel konstatiert, dass Auswärtiges Amt und BKM Kreative darin unterstützen, den Zugang nach Brüssel zu finden.

Christoph Backes resümiert, dass die Filmbranche in einer Umbruchphase ist, in der die Instrumente von gestern nicht die Instrumente von morgen sein können. Er propagiert die Strategie der drei „Ü’s“: Überraschen – Übersetzen – Überzeugen. Die Filmbranche und die Kreativbranche insgesamt müsse ihre Lobbyarbeit verbessern, die Luft- und Raumfahrtindustrie z.B. arbeite in dieser Hinsicht strukturierter und effizienter. Die Fördermittel seien zu gering, das Bundeswirtschaftsministerium stelle dem Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft nur ein Budget von 2,7 Mio. EUR jährlich zur Verfügung. Jan Ole Püschel hält fest, dass die Bundesregierung dem Thema Kultur- und Kreativwirtschaft große Aufmerksamkeit zuwendet und für den Sektor insgesamt ein viel höheres Budget zur Verfügung stellt – allein der Film als eine Teilbranche der Kreativwirtschaft werde von der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien mit mehr als 150 Mio. EUR jährlich gefördert. Im Rahmen der kulturellen Filmförderung solle damit gerade das Experiment gestärkt werden. Christoph Backes hingegen findet, dass die aktuelle Förderpolitik zu wenig Experimente eingeht, in ihren Kriterien zu wenig offen und beweglich ist, und für einen Bereich wie die „nicht-technische Innovation“ noch immer keine belastbaren Kriterien entwickelt hat. Fazit: Wir bewegen uns in einer Umbruchsituation, in der die Filmbranche als Kernbranche der Kultur- und Kreativwirtschaft nicht nur faszinierende Chancen und Möglichkeiten, sondern auch anspruchsvolle Risiken und Anforderungen vor sich hat.

---

## Teil 2: Navigieren in offenen Systemen: Kreative Prozesse, Creative Entrepreneurship, Creative Governance



# Keynote: Die Innovationskraft künstlerischen Denkens



## Prof. Ursula Bertram

Künstlerin & Professorin für Plastik und interdisziplinäres Denken,  
Leiterin des Zentrums für Kunsttransfer/[ID]factory, TU Dortmund

Ursula Bertram spricht in ihrer Keynote über den Transfer künstlerischen Denkens in die Wissenschaft und Wirtschaft. Sie zeigt das Beispiel der „Strandbeester“, filigrane und tierähnliche Maschinen, die auf das Wetter reagieren und sich mit dem Wind fortbewegen. Sie wurden von dem Künstler Theo Jansen „ohne Bestellung“, ohne einen Zweck außerhalb der Kunst geschaffen, in einem Transfer dienen sie dann aber der NASA als Vorlage für die Entwicklung von Raumfahrzeugen.

Das künstlerische Denken ist eine Haltung, die sich in der Zuwendung ins Offene zeigt auf einer Art Flüssigkeitsmatrix des Möglichen zwischen Begeisterung, Neugierde, Achtsamkeit und der Lust der Begegnung, auch mit sich selbst. Das künstlerische Denken setzt sich auseinander mit dem Ungewissen, es ist vertraut mit nicht linearen Prozessen, in denen sich unerwartet neue Möglichkeiten offenbaren und neue Anforderungen stellen. Es navigiert im offenen System und öffnet dabei erfinderisch neue Wege.

In ihren Dialogen bringt die Kunst Fähigkeiten ein, die für den Erkenntnisprozess in den Wissenschaften und die Innovationen in der Wirtschaft relevant und wertvoll sind. Wenn ein Unternehmen als offenes System gesehen wird, dann fordert die unternehmerische Arbeit ebenfalls Profil, Positionierung, Entscheidung und die ständige Bereitschaft zum Navigieren in einem sich verändernden Umfeld.

Da die künstlerische Arbeit keinem Standardverfahren folgt, bringt sie ständig Neues hervor: Die Innovation ist das eigene Feld der Kunst. Angesichts der aktuellen Verfestigung und Erstarrung von Strukturen, auch im Studium und an den Hochschulen, ist der Impuls eines künstlerischen Denkens wichtig, das neue und veränderte Prozesse entwirft. Ein erster Schritt dahin ist der Abbau normativer Vorstellungen, ein „Wegdenken“, das Kreativität freisetzt.

*„Das künstlerische Denken zu fördern, heißt initiativ die sozialen, ökologischen und ökonomischen Herausforderungen der Zukunft zu bewältigen.“*

Prof. Ursula Bertram

# Input: Künstlerische Forschung im Wandel der Wirtschaft und Gesellschaft



## Prof. Dr. Stefan Winter

Gastprofessor für künstlerische Forschung, Ästhetik und Wissensgeschichte, Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*

Stefan Winter unterstreicht in seinem Input die Relevanz der künstlerischen Forschung für die Wissenschaften, die Technologieentwicklung und die Gesellschaft, die im digitalen Wandel neue Orientierungen sucht. Künstlerische Forschung analysiert Strukturen und Prozesse der Gesellschaft. Sie hinterfragt Denkweisen, Haltungen und Verhaltensformen. Sie reflektiert die Medien und die Mittel medialer Gestaltung.

Sie öffnet neue Räume und Horizonte und schafft kulturelle wie ästhetische Identitäten. Im Medium Film baut sie ein fundamentales Wissen davon auf, wie Bildwelten und Erzählungen gestaltet werden. Sie setzt sich ständig mit dem Unbekannten auseinander, entwirft Szenarien des Möglichen und zeigt, wie wir uns in nicht linearen Abläufen bewegen können. Aus diesen Kompetenzen heraus gibt die künstlerische Forschung unverzichtbare Impulse in andere Wissensfelder wie auch in die soziale Praxis. In der Ökonomie führen ihre Anstöße und Eingaben zu neuen Geschäftsmodellen, neuen Formen der Interaktion, neuen Arbeitsfeldern und Prozessen. Im europäischen Vergleich ist die institutionelle Unterstützung der künstlerischen Forschung im deutschen Raum allerdings noch schwach ausgeprägt.

*„Wenn künstlerische Forschung in einer Zeit des strukturellen Wandels stärker wahrgenommen wird, werden neue Win-Win-Szenarien möglich.“*

Prof. Dr. Stefan Winter

## Panel 2

### Panelgäste



**Wolf Bauer**

Film- und Fernsehproduzent, langjähriger CEO der UFA



**Prof. Ursula Bertram**

Künstlerin & Professorin für Plastik und interdisziplinäres Denken, Leiterin des Zentrums für Kunsttransfer/[ID]factory, TU Dortmund



**Jannis Funk**

Filmproduzent und Mitgründer Cinuru Research



**Prof. Swetlana Heger-Davis**

Bildende Künstlerin, Direktorin Departement Kunst und Medien, Vizepräsidentin, Zürcher Hochschule der Künste



**Prof. Dr. Michael Hutter**

Ökonom, Soziologe, Wissenschaftszentrum für Sozialforschung Berlin

### Moderation

**Anna Luise Kiss**

Vizepräsidentin Forschung und Transfer, Filmuniversität Babelsberg  
*KONRAD WOLF*



Das Panel thematisiert in seinem ersten Schwerpunkt das Verhältnis zwischen künstlerischer Arbeit und „Creative Governance“ oder „Creative Entrepreneurship“.

Swetlana Heger-Davis setzt die Erfahrung ihrer künstlerischen Arbeit ein, um den Hochschulraum als einen Raum der Teilhabe und der dynamischen Bewegung zu gestalten. Der Figur des genialen Künstlers, die eng mit dem Markt verbunden ist, setzt sie das Bild der Kooperation und des geteilten Wissens entgegen. Die junge Generation der Studierenden soll selbstbestimmt lernen und ihre eigenen Inhalte entwickeln können.

Ursula Bertram versteht die [ID]factory an der TU Dortmund als einen Entwicklungsraum für innovatives Denken, in dem sie mehr als 6.000 künstlerische Prozesse begleitet hat. Drei Charaktere künstlerischer Arbeit – das Navigieren im offenen System, das nicht lineare Denken und der Ausflug in das Ungewisse – tragen und bestimmen diesen Forschungs- und Erfahrungsraum.

Michael Hutter sieht dagegen ein Spannungsverhältnis zwischen Innovation und Kreativität. Innovation versteht er als die technische Lösung von Problemen durch Erfinden neuer Produkte oder Prozesse, die so lange produziert oder reproduziert werden, bis ein neues Problem auftaucht. In den Künsten geht es dagegen um Kreativität, das heißt, um die Schöpfung, um das Erfinden von Problemen. Am Ende schlägt das Harte aber das Weiche: In der Sicht der Wirtschafts- und Förderpolitik setzt sich die technische Seite gegenüber der künstlerischen Seite durch. Ein kreativer Arbeitsraum der Wissenschaften und der interdisziplinären Kooperation braucht allerdings eine Kombination der beiden Seiten, die künstlerische Seite muss gestärkt werden.

Jannis Funk sieht eine Zusammengehörigkeit und zugleich eine Spannung zwischen Innovation und Kreativität. Innovation ist für ihn der Prozess, in dem sich eine Irritation durchsetzt, die im System auftaucht. Kreativität ist der Prozess, aus dem eine derartige Irritation hervorgebracht wird. Die kreative Abweichung vom Standard kann sowohl Problem wie auch Lösung sein. Das Denken in Möglichkeiten und die Abweichung ist sowohl in der Produktion von Filmen wie in der Gründung eines Start-ups unverzichtbar. In beiden Sphären nimmt die Kreativität aber verschiedene Formen an, im Tagesgeschäft des Start-ups Cinuru Research steht die Lösung konkreter Probleme im Vordergrund.

Wolf Bauer hat in der UFA eine kreative Unternehmenskultur aufgebaut, die eigenverantwortliches Arbeiten im Team, spielerisches Handeln und die Anerkennung des Geleisteten stärkt. Die leitende Idee, das Ideal der UFA lag für ihn darin, dass die kreativen Teams die Wirkungsmacht ihrer Erzählungen kennen, verstehen und sinnstiftend einsetzen. Sie sollen Menschen ermutigen, sich nach ihren eigenen Vorstellungen selbst zu erfinden, und sie sollen dabei das Wertevorbild einer offenen, toleranten Gesellschaft unterstützen. Als das öffentlich-rechtliche System in den 90er Jahren Konkurrenz bekam, hat die UFA sehr schnell innovative Programme und Erzählformen eingeführt, die am Markt erfolgreich waren. Das Programm der UFA ist nicht auf Standards

*„Im künstlerisch-inhaltlichen Wettbewerb sind die deutschen Produzenten auf Augenhöhe – unerlässlich sind aber medienpolitische Weichenstellungen, damit wir diesen globalen Wettbewerb auch gleichberechtigt antreten können.“*

Wolf Bauer

festgelegt, es entsteht jeden Tag neu in einer Teamarbeit und Wertschöpfung, die künstlerische Prozesse im Kontext der Filmindustrie zum Glücken bringt. Das Experimentieren und das „Wegdenken“ verfestigter Strukturen besitzt dabei einen hohen Stellenwert.

In seinem zweiten Schwerpunkt diskutiert das Panel die Verbindung künstlerischen Wissens mit anderen Wissensgebieten und den Transfer künstlerischen Denkens in die Kreativwirtschaft.

Swetlana Heger-Davis berichtet, dass die künstlerische Forschung an der ZHdK noch zu wenig verbunden ist mit dem Z-Kubator der ZHdK, der die Schnittfläche zur Wirtschaft gestaltet. Die künstlerische Forschung bleibt dadurch zuweilen „akademisch“ und bewegt Ideen, die nicht umgesetzt werden, während der Z-Kubator nicht-innovative Ideen entwickelt, die für die Wirtschaft wenig attraktiv sind. Der Impuls zu einer engeren Verzahnung der beiden Bereiche geht von Trendsettern in der Wirtschaft aus, die eine Zusammenarbeit mit den Künsten suchen.

In Ursula Bertrams „Young Lab“ entstehen dagegen bereits Produkte, die erfolgreich in der Wirtschaft ankommen. Wenn Kunst und Wissenschaft kooperieren, entstehen kreative Ergebnisse auf einer neuen Ebene. In der Kooperation muss aber jede Seite ihre Kompetenz vertreten: Es ist wichtig, dass künstlerisches, wissenschaftliches und wirtschaftliches Denken sich nicht angleichen, sie müssen verschiedene Farben bleiben, eine Mischung aus ihnen wäre grau.

Wolf Bauer betont, dass Diversität in der UFA eine große Rolle spielt – es ist ein Erfolgsfaktor in der Filmproduktion, dass Spezialisten in kreativen Teams zusammenarbeiten. Um die Diversität weiter zu fördern, hat die UFA ihre Labels ausgesetzt und eine umfassende Netzwerkstruktur aufgebaut. Das experimentelle Handeln ist im UFA Lab organisiert. Wolf Bauer appelliert an die Filmhochschulen, ihre experimentellen Arbeitsfelder zu verstärken, damit junge Talente im Berufsleben in der Lage sind, innovative Formate zu entwickeln und auf neue Nutzungswünsche zu reagieren.

Aus Michael Hutters Sicht ist die Diskussion sehr wichtig, wie künstlerische, technische, wissenschaftliche und politische Sphären zusammenkommen. Erst im 19. Jhd. hat eine Ausdifferenzierung die Technik von der Kunst, der Wissenschaft und anderen Bereichen getrennt. Aktuell wird diese Trennung aber wieder zurückgeführt. Der Diskurs der künstlerischen Forschung geht ebenfalls in diese Richtung. Die Zusammenarbeit der verschiedenen Bereiche wird aber nur dann gelingen, wenn sie ihre Unterschiedlichkeit akzeptieren, und wenn ihre Prozesse offen bleiben für den Zufall. Michael Hutter leitete am WZB ein Projekt „Künstlerische Intervention“, das Künstler/innen in wissenschaftliche und wirtschaftliche Umgebungen brachte. Sie haben Irritationen ausgelöst und zugleich ihre Gestaltungsfähigkeit in neue Problemlösungen eingebracht. In den neuen kreativen Industrien bleibt die Frage der Lebenssicherheit, die im Industriekapitalismus durch Festanstellung, Gewerkschaften und soziale Absicherung beantwortet war, allerdings noch zu lösen.

---

# Teil 3: Neue Formen des Neuen: Nicht-technische Innovationen in der Filmbranche



# Keynote : Innovationen in der Filmbranche – Mehr als Technik



## Dr. Christian Handke

Assistant Professor (tenured) of Cultural Economics,  
Erasmus University Rotterdam

Zu Beginn seiner Keynote bricht Christian Handke eine Lanze für das strukturierte Denken der Ökonomie: Die ökonomische Wissenschaft kann Instrumente liefern für die rationale Entscheidungsfindung, für das Lösen von Zielkonflikten, sie liefert eine Systematik, um Fehler zu finden und zu benennen. Ein Versäumnis ist aber sicherlich die fehlende Aufmerksamkeit der Ökonomie gegenüber den Besonderheiten von Kulturbranchen, ein Versäumnis, um dessen Ausgleich sich Christian Handke bemüht.

*„Neue Werke in der Filmwirtschaft sind den gängigen Definitionen zufolge eindeutig Innovationen, wenn sie als neuartig und werthaltig wahrgenommen werden.“*

Dr. Christian Handke

Zunächst wendet er sich der Definition von Innovation zu. Zentrale Kriterien zur Bestimmung von Innovation seien Neuartigkeit und Werthaltigkeit. In diesem Sinne ist jeder Film eine Innovation, denn jeder Film ist neuartig, und sein Wert lässt sich durch Verhaltensbeobachtung belegen (Anbieter investieren, Nachfrager kaufen und nutzen). Es ist eher einem Erhebungsproblem

geschuldet, dass Inhalteerzeugung noch immer nicht uneingeschränkt als Innovation anerkannt wird. Das Frascati Manual der OECD, ein Handbuch für statistische Methoden zur Erhebung von R&D Daten, konstatiert eben dies.

Im nächsten Schritt beschäftigt sich Christian Handke mit der Frage, ob und wann staatliche Filmförderung gerechtfertigt ist und wie sich die Digitalisierung auf das rationale Ausmaß staatlicher Förderung im Film auswirkt. Die Digitalisierung hat direkte und langfristige Auswirkungen auf das Marktversagen im Filmmarkt: Beispielsweise führen die sinkenden Fixkosten für Inhalteproduktion und -verbreitung zu einer Verringerung von Marktmacht, hingegen das Erstarken von Online-Plattformen, wie zum Beispiel Netflix, zu einem Ansteigen derselben und gegebenenfalls zu einem resultierenden Regulierungsbedarf. Zur Bestimmung des konkreten Nutzens staatlicher Förderung und der Innovationsleistung der Kultur- und Kreativwirtschaft bedarf es weiterer Fortschritte im Bereich der Messbarkeit insbesondere zum Marktwert und zur Nutzungsintensität und -bewertung. Durch die Verfügbarkeit reichhaltiger digitaler Daten steigen hier die Möglichkeiten, die Wissenschaft macht Fortschritte.

## Input:

# Innovationen in der Filmindustrie – Fakten und Förderbedarf



**Dr. Anselm Mattes**  
Manager, DIW Econ

Aufbauend auf der Keynote von Christian Handke beschäftigt sich Anselm Mattes mit der Messbarkeit nicht-technischer Innovationen in der Filmwirtschaft. Während die Inputseite über Ausgaben für Innovation, insbesondere für Personal und Marktforschung, relativ gut zu erfassen ist, kann die Outputseite über die Anzahl neuer Werke und ihre Nutzungsintensität beschrieben werden.

Nutzerbewertungen sind eine wichtiger werdende Maßgröße für die Werthaltigkeit nicht-technischer Innovationen.

Anhand von Daten der Musikindustrie zeigt Anselm Mattes, dass der Umsatz dort seit 2001 ständig gesunken ist, die Nutzerbewertung von

Titeln jedoch stabil blieb. Die Vergleichsdaten aus der Filmbranche zeigen ein eher umgekehrtes Bild, die Indexwerte der Umsätze sind größer als die der Nutzerbewertungen, jedoch laufen Umsatzentwicklung und Nutzerbewertung weitgehend parallel.

Im Global Innovation Index ist kreativer Output aufgenommen, in Form von immateriellen Vermögenswerten, kreativen Gütern und Dienstleistungen sowie Online-Kreativität. In Bezug auf kreative Güter und Dienstleistungen steht Deutschland im Indexwert relativ schlecht da (an 28. Stelle von 127 Ländern). Für den Filmbereich legt Anselm Mattes eine mögliche Begründung nahe, nämlich dass es in Deutschland besonders wenige anreizsetzende und innovationsfördernde Programme gibt.

*„Nicht-technische Innovationen gewinnen zunehmend an Bedeutung. Offen ist aber noch, wie diese gemessen werden. Nur darauf aufbauend kann eine Förderung nicht-technischer Innovationen diskutiert werden.“*

Dr. Anselm Mattes

## Panel 3

### Panelgäste



**Wolf Bosse**

Director of Strategic Business Development, ARRI



**Dr. Christian Handke**

Assistant Professor (tenured) of Cultural Economics,  
Erasmus University Rotterdam



**Arno Heinisch**

CEO, Rocket Beans Entertainment



**MinR Hans-Peter Hiepe**

Referatsleiter, Bundesministerium für Bildung und Forschung



**Dr. Anselm Mattes**

Manager, DIW Econ

### Moderation

**Torsten Zarges**

Chefreporter, DWDL.de



Auf den Titel des Panels angesprochen erläutert Wolf Bosse, dass ARRI mit seinem traditionell technischen Hintergrund in Zukunft seinen Fokus nicht mehr nur auf technische Details wie Pixel und Frames richten wird, sondern den gesamten Produktionsprozess auf einer systemischen Ebene betrachten möchte. Die traditionelle Verbundenheit der Filmschaffenden zur Marke ARRI soll ausgebaut werden, indem alle Schaffensphasen der Produktion begleitet werden. Ziel ist es, eine Wertschätzung der Kunden auch über die technische Ingenieursleistung hinaus zu erreichen.

*„Wir müssen lernen, uns zwischen die Stühle zu setzen. Neben den Kernerfindungen wird es in Zukunft vor allem um verbindende Elemente gehen.“*

Wolf Bosse

Dass jenseits der Technik spannende Innovationen im Fokus stehen können, zeigt auch Arno Heinisch anhand der Geschichte von Rocket Beans TV auf. Vom Local Hero zum Senderchef: Aus einer abgesetzten MTV-Sendung entstanden, führt Rocket Beans heute einen eigenen interaktiven Sender, verfügt über eine starke Fangemeinde, hat 95 festangestellte Mitarbeiter\_innen und wurde u.a. mit dem Grimme Preis und dem Deutschen Fernsehpreis ausgezeichnet. Die technischen Möglichkeiten bilden zwar die grundlegende Voraussetzung für das Geschäftsmodell, aber zentral für den Erfolg war und ist die enge Einbindung der Community in die Gestaltung der Inhalte und Formate.

Dieser Erfolg sei auch quantitativ messbar, so Heinisch: Rocket Beans produziert werktäglich bis zu zehn Stunden Live-Content, und ca. 100.000 Nutzer verbringen im Durchschnitt zwei Stunden pro Tag mit dem Sender. Heinisch findet, das Risiko habe sich ausgezahlt und betrachtet das Projekt als „popkulturelle Alternative in der Medienlandschaft“.

Auf die Frage nach einem Bekenntnis zur stärkeren Förderung nicht-technischer Innovationen sagt Hans-Peter Hiepe, dass es ihm wichtig sei, bei der Innovationsförderung immer auch eine Verwertungsperspektive zu haben. Das gilt auch für sogenannte grundlagenforschungsbasierte Bereiche. Die Befassung mit Zukunftsmärkten führe nicht automatisch zu einer Ökonomisierung. Hans-Peter Hiepe kritisiert die in der Kulturbranche verbreitete Erwartungshaltung, dass eine staatliche Projektfinanzierung selbstverständlich sei. Unter Fördergesichtspunkten sei vielmehr die Frage interessant, ob aus dem Einfluss der Kultur interessante Projekte entstehen. Ein Beispiel dafür ist die d-werft, in der Unternehmen und Forschungseinrichtungen gemeinsam Lösungen zum Metadatenmanagement erarbeiten.

Christian Handke betont, dass der soziale Kontext einer Innovation entscheidend sei für ihren Erfolg. Relevant sei vor allem die Wertschätzung, die sie durch das Publikum erfährt – das gelte für die konzeptionelle Kunst ebenso wie für den Film. Die Innovationsleistung der Filmwirtschaft ist diffus und schwer zu messen, und diese Komplexität führt zu Marktfehlern. Gerade daraus entsteht ein größerer Regulierungsbedarf als in vielen anderen Industrien.

Auf die Frage nach der quantitativen Messbarkeit nicht-technischer Innovationen nennt Anselm Mattes die Einigung auf Indikatoren als das entscheidende Element. „Netflix“ sei beispielsweise eine Innovation auf der Ebene der Geschäftsmodelle. Nicht-technische Innovationen sind Triebfedern für das ökonomische Wachstum und den ökonomischen Strukturwandel. Damit der Staat Regulierungen und Förderungen für sie schaffen kann, muss zunächst eine passende Indikatorik erarbeitet werden.

Torsten Zarges greift das Thema Netflix auf: Reed Hastings, CEO von Netflix, sagte, das Unternehmen gebe 2018 etwa 10 Mia. USD für Inhalte und ihr Marketing aus und nur etwa 1,2 Mia. USD für Technik.

Anselm Mattes hält fest, dass technische und nicht-technische Innovationen oft komplementär sind. Da jede Innovation eine Ungewissheit in sich trägt, investieren die Marktakteure oft zu wenig und nur zögerlich in diesen Bereich.

Auch Wolf Bosse betont, dass man sich trauen müsse, erfinderisch zu sein. Es müsse dabei nicht immer eine Weltneuheit herauskommen.

Hans-Peter Hiepe unterstreicht, wie wichtig es sei, Experimentierräume zu schaffen und den Austausch mit Akteuren zu fördern, die nicht ursprünglich zur Szene gehören. Innovationen sind oft Erfolge im kleineren Rahmen und mit kleinen Partnern.

---

# Expertinnen und Experten

---

**Christoph Backes** ist Geschäftsführer und Vorstand des u-instituts und Projektleiter des Kompetenzzentrums Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Seit 2015 ist das u-institut Träger des Kompetenzzentrums, das Teil der Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung ist. 2016 zog das Kompetenzzentrum von Bremen nach Berlin. Christoph Backes ist Wirtschaftswissenschaftler, Unternehmensberater und Theaterschauspieler. Er war Gründungs-Geschäftsführer des GründerZentrum Kulturwirtschaft Aachen (2004-2005). Seit 2008 berät er u.a. die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung.

---

**Wolf Bauer**, Produzent, langjähriger CEO der UFA, begann seine Karriere 1976 bei dem politischen Magazin „Kennzeichen D“ im ZDF, 1980 wechselte er als Produzent zur UFA. Zwischen 1990 und 2017 war er CEO der UFA. In dieser Zeit entwickelte sich die UFA zu einem leistungsstarken Programmkreator und Marktführer in Deutschland. Wolf Bauer hat über 80 TV-Movies produziert und ist für den Start von mehr als 20 TV-Serien produzentisch verantwortlich. Für die UFA Cinema war er außerdem als Produzent von zahlreichen Kinofilmen wie „Der Medicus“ verantwortlich. Während seiner Zeit als CEO gelangen der UFA zahlreiche herausragende Erfolge wie die historischen TV Events „Die Flucht“ und „Dresden“ sowie die Miniserien „Unsere Mütter, unsere Väter“ und „Deutschland83“ (beide erhielten den International Emmy Award). Seit 2008 gehört Wolf Bauer dem Kuratorium der Bertelsmann Stiftung an. Nach erfolgreicher Übergabe seiner CEO Verantwortung an Nico Hofmann ist Wolf Bauer exklusiv als Produzent von Kinofilmen und High-End-Drama-Serien für die UFA tätig.

---

**Prof. Ursula Bertram** ist Künstlerin und Professorin am Institut für Kunst und Kunstwissenschaft und Leiterin des Zentrums für Kunsttransfer/[ID]factory an der TU Dortmund, Mitglied des Senats 2012-2016, Professur an der FH Mainz, Gastprofessuren in den USA und Venezuela. Ihr Forschungsschwerpunkt ist der Transfer künstlerischen Denkens in außerkünstlerische Felder wie Wirtschaft und Wissenschaft. Zusammen mit dem Büro für Innovationsforschung (Bfi) gründet sie 2007 das Modellprojekt Zentrum für Kunsttransfer mit der [ID]factory als Lehr- und Entwicklungsraum für non-lineares, künstlerisches Denken.

Neueste Publikation: Kunsttransfer – Effizienz durch unangepasstes Denken, Transcript 2017, [www.id-factory.de](http://www.id-factory.de)

Die [ID]factory des Zentrums für Kunsttransfer der TU Dortmund versteht sich als Forschungslabor, das untersucht und erprobt, inwieweit non-lineare Prozesse, respektive künstlerisches Denken verantwortlich sind für nachhaltig erfolgreiche Leistungsprozesse, für wissenschaftliche Erkenntnisgewinnung und wirtschaftliche Entwicklung, zusammen mit wissenschaftlichen Forschungslaboren und Unternehmen wie Greenpeace, Credit Suisse, Bilfinger und anderen.

---

**Wolf Bosse** war als Director of Strategic Business Development bei ARRI tätig. Als studierter Grafik-Designer sammelte er erste Erfahrungen als Freelancer für internationale Postproduktionshäuser. Ab 2000 baute er die Berlin-Niederlassung für *das werk* auf und wurde für über zehn Jahre Teil der Geschäftsführung des deutschlandweiten Postproduktionsnetzwerks. 2011 gründete er ARRI Mitte für die ARRI Media GmbH in Berlin mit Schwerpunkt auf Nachbearbeitung für high-end TV-Werbung und Spielfilme. Zuletzt war Wolf Bosse Teil der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von ARRI in München. Er erhielt den Red-Dot-Designaward und das Megaphone im Jahrbuch der Werbung.

---

**Dr. Christian Ehler**, Mitglied des Europäischen Parlaments (MdEP), Vorsitzender der Intergroup „Creative Industries in Europe“, ist diplomierter Journalist und promovierter Volkswirt. Weiter ist er Mitglied des Ausschusses für Industrie, Forschung und Energie, des Unterausschusses für Sicherheit und Verteidigung, sowie stellvertretendes Mitglied des Ausschusses für Auswärtige Angelegenheiten. Im Jahr 2014 gründete er die fraktions- und ausschussübergreifende Intergroup „Creative Industries in Europe“, deren Vorsitzender er seither ist. Er setzt sich dafür ein, dass der Beitrag der Kultur- und Kreativwirtschaft zur kulturellen Vielfalt und nicht zuletzt zum Wirtschaftswachstum in Europa in der Europäischen Union mehr Beachtung findet und konstruktiv diskutiert wird.

---

**Jannis Funk**, Filmproduzent und Gründer Cinuru Research, studierte ab 2009 an der Filmuniversität Babelsberg und war Teilnehmer beim Berlinale Talent Campus. Als Producer betreute er während des Studiums diverse Kurz- und zwei Langspielfilme, darunter Jakob Lass' Erstling „Frontalwatte“ (2011). Nach dem Diplom wirkte er für bittersuess pictures und Oscar-Preisträger Pepe Danquart an der Entwicklung und Finanzierung von „Rohstoff“ als Producer mit. Seit 2015 promoviert Jannis Funk an der Filmuniversität zum Thema „Algorithms & Producers“. Als Fulbright-Gastforscher verbrachte er fünf Monate an der University of California, Los Angeles. Die Konferenz „Big Data, Big Movies – How Algorithms Transform the Film Industry“ wurde von Jannis Funk inhaltlich mit geleitet. 2017 gründete er die Cinuru Research GmbH, welche Datenanalyse für Kinos und Filmverleiher anbietet und 2018 als eines der EFM-Start-ups zur Berlinale eingeladen wurde. Daneben ist Jannis Funk weiterhin als freier Producer tätig und entwickelt mit Regisseur Jakob Schmidt („Zwischen den Stühlen“) dessen Spielfilmdebüt „Whisper to my past“.

---

**Prof. Dr. Klaus Goldhammer**, CEO und Managing Partner der Goldmedia GmbH, die er in Berlin 1998 gründete. Goldmedia berät nationale und internationale Kunden in den Bereichen Medien, Entertainment und Telekommunikation bei allen Fragen der digitalen Transformation. Das Leistungsspektrum umfasst dabei die Bereiche Consulting, Research sowie Personal- und Politikberatung. Seit 2011 ist Klaus Goldhammer zudem als Honorarprofessor an der Freien Universität Berlin für den Bereich Medienökonomie am Institut für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft aktiv. Klaus Goldhammer hat in Berlin und London Publizistik und Betriebswirtschaftslehre studiert.

---

**Dr. Christian Handke**, Assistant Professor (tenured), lehrt Cultural Economics an der Erasmus University Rotterdam. Er ist akademischer Programmdirektor des Master of Cultural Economics & Entrepreneurship. Seit 2012 arbeitet Christian Handke auch als Senior Researcher am Institute of Information Law an der University of Amsterdam. Er forscht zur Ökonomie der Kultur- und Kreativwirtschaft, dem Urheberrecht sowie zu Innovation und technologischem Wandel.

Seine Arbeiten sind in führenden akademischen Fachzeitschriften wie „Information Economics & Policy“ und dem „Journal of Cultural Economics“ erschienen. Daneben hat Christian Handke eine Reihe von Projekten für private und öffentliche Organisationen durchgeführt, unter anderem für die Europäische Kommission, die National Academy of the Sciences (USA), das UK Intellectual Property Office, das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz sowie für die Expertenkommission für Forschung und Innovation (EFI) der deutschen Bundesregierung.

---

**Prof. Swetlana Heger-Davis**, Bildende Künstlerin & Direktorin Departement Kunst & Medien, Vize-Präsidentin, Zürcher Hochschule der Künste (ZHdK), geb. 1968 in der ehemaligen Tschechoslowakei, lebt und arbeitet in Zürich. In ihren Arbeiten beschäftigt sich die Künstlerin seit Jahren mit dem Phänomen, dass sich das Kunstschaffen trotz vieler Beispiele der kollektiven Kunstproduktion immer noch über die Vorstellung des einsamen kreativen Genies definiert. Dabei thematisiert Heger die ökonomischen Rahmenbedingungen künstlerischer Produktion, den Einfluss von Massenmedien und Produkten auf unsere Wertvorstellungen und die zunehmende Ästhetisierung des Alltags. Die thematische Auseinandersetzung mit der Interpretation bezieht sich auf eine Faszination für Produktionsmethoden und folgt auf eine wiederkehrende Auseinandersetzung mit Vertrieb und Netzwerken. Die Reflexion auf die zeitgenössische Kunstsituation und die Rolle von Künstlerinnen zeigen Hegers Interesse an interdisziplinären Ansätzen in Kunst und Kultur heute.

---

**Arno Heinisch**, CEO, Rocket Beans Entertainment, startete im Januar 2015 mit Daniel Budiman, Nils Bomhoff, Etienne Gardé und Simon Krätschmer den ersten unabhängigen Internet-Sender Rocket Beans TV und knüpfte damit ohne Umwege an die Produktion ebenso kreativer TV-Formate an (u. a. 307 Folgen „Game One“). Auszeichnungen wie der Grimme Online Award 2011 für „gameone.de“, der Gewinn des Deutschen Webvideopreises 2014 und 2015 und des 1. Deutschen Content Marketing Preises (2015), die Auszeichnung als Start Up des Jahres 2016 durch Gründerszene.de und der Gewinn des Deutschen Fernsehpreises 2017 machen die „B.E.A.N.S.“ zu den einflussreichsten Produzenten Deutschlands im Bereich Gaming. Nach abgeschlossenem Wirtschaftsstudium im Jahr 1995 arbeitete Arno Heinisch zunächst bei Schwartzkopff TV als Chefredakteur, bevor er 2003 die Riesenbuhei Entertainment GmbH gründete und auch hier mit Grimme-Preis-Nominierungen für die Fernsehformate „Pimp my Fahrrad“ und „Ausflug mit Kuttner“ geehrt wurde.

---

**MinR Hans-Peter Hiepe**, Referatsleiter, gehört dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) seit über 25 Jahren an. Das breite Themenspektrum seiner Arbeit in den ersten zehn Jahren lag u.a. in den Bereichen Berufliche Bildung und Hochschulentwicklung. Seit fast 15 Jahren leitet er in der Strategieabteilung des Ministeriums das Referat „Regionale Innovationsinitiativen; Neue Länder“. Die besonderen Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind die Förderung von Unternehmensgründungen aus der Wissenschaft und die regionenorientierte Innovationspolitik; so hat er beispielsweise das Programm „exist – Existenzgründungen aus Hochschulen“ (heute BMWi) sowie die „BMBF-Innovationsinitiative für die Neuen Länder – Unternehmen Region“, entwickelt. Seit 2016 verantwortet er zudem das bundesweite Förderprogramm „Innovationsforen Mittelstand“, welches Bestandteil des KMU-Konzepts des BMBF „Vorfahrt für den Mittelstand“ ist. 2017 ist das Programm „WIR! – Wandel durch Innovation in der Region“ hinzugekommen, welches zugleich Auftakt für die Umsetzung des unter seiner Leitung entstandenen bundesweiten Förderkonzepts „Innovation & Strukturwandel“ ist.

---

**Prof. Dr. Michael Hutter**, Ökonom, Soziologe, ist Professor Emeritus am Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB). Nach Studium in Portland, Seattle und München leitete er von 1987-2007 den Lehrstuhl für „Theorie der Wirtschaft und ihrer gesellschaftlichen Umwelt“ an der Universität Witten/Herdecke. Von 2008-2014 war er Direktor der Abteilung „Kulturelle Quellen von Neuheit“ am WZB und Forschungsprofessor für Wissen und Innovation am Institut für Soziologie der Technischen Universität Berlin. 2003 und 2007 war er als Visiting Scholar am Getty Research Institute in Los Angeles. Seine Forschungen beschäftigen sich mit den wechselseitigen Einflüssen von Wirtschaft und bildender Kunst, insbesondere mit den Bedingungen für Innovation und Kreativität. Ein besonderes Interesse gilt den sozialen Praktiken und Institutionen der Bewertung von Kreativgütern. Jüngere Buchveröffentlichungen sind *Wertwechselstrom. Texte zu Kunst und Wirtschaft* (2010), *Ernste Spiele. Geschichten vom Aufstieg des ästhetischen Kapitalismus* (2015), und (als Mitherausgeber) *Innovationsgesellschaft heute. Perspektiven, Felder und Fälle* (2016).

---

**Meike Kordes** leitet gemeinsam mit ihrer Schwester Alexandra Kordes die Produktionsfirma Kordes & Kordes Film, die erfolgreiche und vielfach ausgezeichnete Spiel- und Dokumentarfilme für Kino und Fernsehen produziert, darunter v.a. „Vier Minuten“, „Poll“, „Der kleine Nazi“ und „Ich fühl mich Disco“. Vor ihrer Tätigkeit als Produzentin absolvierte sie eine kaufmännische Ausbildung bei einer Berliner Produktionsfirma und studierte anschließend in der Fachrichtung Produktion an der Hochschule für Film und Fernsehen KONRAD WOLF, wo sie 2001 mit dem Diplom abschloss. Meike Kordes ist Mitglied der deutschen Filmakademie, der europäischen Filmakademie, Vorständin im Gesamtvorstand und im Vorstand der Kinosektion der deutschen Produzentenallianz sowie Mitglied im Unternehmerinnen-Beirat der Volksbank. Als Vertreterin der Produzentenallianz war sie sieben Jahre lang als Jurymitglied der FFA Filmförderung und der Filmförderung des BKM (Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien) tätig. Darüber hinaus unterrichtete sie an der Filmuniversität Babelsberg KONRAD WOLF, DFFB Berlin und der Procon Hannover in der Fachrichtung Produktion.

---

**Dr. Anselm Mattes** ist Ökonom und Manager bei DIW Econ, dem Unternehmen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin). Er ist Experte für Innovationsökonomik, für die ökonomische Bedeutung der Kreativwirtschaft sowie für außenwirtschaftliche Fragestellungen. Er hat umfangreiche Erfahrung im Bereich der empirischen Analyse betrieblicher Innovationsaktivitäten, regionaler Innovationssysteme und nicht-technischer Innovationen. Er berät eine Vielzahl öffentlicher und privater Auftraggeber in Fragen der angewandten Ökonomie, darunter das Bundeswirtschaftsministerium, die Europäische Kommission sowie die Expertenkommission Forschung und Innovation (EFI). Für die deutschen Bundesländer sowie die ARD führte er Evaluationsstudien und Analysen zu aktuellen Fragestellungen des öffentlich-rechtlichen Rundfunks und der Reform des Rundfunkbeitrags durch. Bevor er zu DIW Econ wechselte, war er wissenschaftlicher Referent am Institut für Angewandte Wirtschaftsforschung (IAW) in Tübingen.

---

**Prof. Kirsten Niehuus** ist seit 2004 Geschäftsführerin der Filmförderung des Medienboard Berlin-Brandenburg. Davor war die Juristin über zehn Jahre lang in unterschiedlichen Positionen in der Filmbranche tätig, unter anderem als Leiterin verschiedener Rechtsabteilungen und als stellvertretende Vorständin der Filmförderungsanstalt (FFA). In dieser Zeit war sie auch die deutsche Repräsentantin des europäischen Filmförderfonds Eurimages. Sie ist Mitglied in verschiedenen Gremien u.a. dem Beirat des Deutschen Filmförderfonds (DFFF), der Gesellschafterversammlung von German Films und dem Kuratorium der Berliner Filmhochschule dffb. Zudem war sie von 2012-2016 Mitglied im ZDF-Fernsehrat. Kirsten Niehuus ist Trägerin des französischen Kulturordens „Chevalier des Arts et des Lettres“ und seit 2014 Honorarprofessorin an der Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*.

---

**MinDir Dr. Jan Ole Püschel** ist Leiter der Gruppe Medien und Film, Internationales bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). Er studierte Rechtswissenschaften mit Schwerpunkt Medienrecht an der Universität Hamburg und am University College Cork/Irland. Sein Referendariat absolvierte er in Hamburg, Bonn und Berlin. Von 2001 bis 2004 arbeitete er als wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hans-Bredow-Institut für Medienforschung an der Universität Hamburg und promovierte über „Informationen des Staates als Wirtschaftsgut“. Von 2007 bis 2009 war Jan Ole Püschel Referent bei der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM), von 2010 bis 2013 Leiter des Büros des Staatsministers für Kultur und Medien im Bundeskanzleramt und seit 2014 Leiter der Gruppe K 3, Medien und Film, Internationales bei der BKM.

---

**Michael Reiffenstuel** ist seit August 2015 Beauftragter für Auswärtige Kulturpolitik. Sein beruflicher Werdegang führte ihn nach Sarajewo, London und Neu Delhi. Von 2009 bis 2012 leitete er das Deutschlandzentrum für die arabische Welt. Von 2012 bis 2015 war Michael Reiffenstuel Leiter des Referats für Transformation in der Arabischen Welt und bilaterale und EU-Beziehungen zu den Maghreb Staaten. Seine Tätigkeiten im Auswärtigen Amt in Berlin umfassten außerdem internationale Rechtsfragen und Nichtverbreitung von Massenvernichtungswaffen.

---

**Prof. Dr. Susanne Stürmer** ist seit dem 1. Oktober 2013 Präsidentin der Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*. Von Oktober 2011 an bekleidete Susanne Stürmer die Professur „Produktion Neuer Medien“ im Studiengang Film- und Fernsehproduktion an der Hochschule als Professorin im Nebenberuf, parallel zu ihrer Tätigkeit bei der UFA GmbH. 2013 entschloss sich Susanne Stürmer zum vollständigen Wechsel an die Hochschule.

Von 1998 bis 2013 war Susanne Stürmer bei der UFA GmbH, dem größten Fernsehproduktionsunternehmen in Deutschland, in leitender Position tätig, seit 2006 als Geschäftsführerin. Sie ist Volkswirtin und hat im Gebiet der Regulierungsökonomie promoviert sowie gearbeitet.

Zu Beginn ihrer Amtszeit, im Juli 2014, erfolgte der Statuswechsel zur Universität. Seitdem gestaltet Susanne Stürmer als Präsidentin - gemeinsam mit den Gremien und allen Angehörigen der Hochschule – den Prozess der universitären Profilbildung. Dies betrifft vornehmlich die Stärkung der Forschungs- und Transferaktivitäten, die nationale und internationale Vernetzung und die Schaffung neuer Lehrangebote. Dieser Prozess wird von einer hochkarätig besetzten Peer Group begleitet.

Susanne Stürmer steht für den Kontakt in die Filmbranche. Unter ihrer Leitung wurden praxisnahe Studienangebote, wie die Winterclasses oder der Duale Master Medienrecht und –management entwickelt und in Ergänzung der Lehrangebote der Filmuniversität etabliert.

Susanne Stürmer ist stellvertretende Vorstandsvorsitzende des media.net Berlin-Brandenburg. 2016 wurde sie als Vertreterin des Landes Brandenburg in den ZDF-Fernsehrat entsandt. Susanne Stürmer ist Mitglied der Schiedsstelle der ARD Landesrundfunkanstalten. Seit Dezember 2016 gehört Susanne Stürmer dem Board der ELIA (European League of Institutes of the Arts) an.

---

**Prof. Dr. Stefan Winter**, Gastprofessor, Filmuniversität Babelsberg *KONRAD WOLF*, studierte Philosophie, Literatur- und Sprachwissenschaft; Promotion in Philosophie an der Universität Düsseldorf, Habilitation an der TU Braunschweig; Lehre und Forschung an Universitäten und Kunsthochschulen in Basel, Braunschweig, Berlin, Düsseldorf, Helsinki und Perugia. In seiner interdisziplinären philosophischen Arbeit hat Stefan Winter die Denkweisen und Forschungsprozesse der Geistes- und Sozialwissenschaften, der Natur- und Technikwissenschaften und der Künste kennengelernt. Er kooperierte mit dem Collège International de Philosophie Paris; an der Universität Düsseldorf organisierte er die Tagung „Die deutsch-französischen Dialoge in der Philosophie“ mit Vorträgen von Jean-François Lyotard, Jean-Luc Nancy und anderen. Seit 2007 beteiligt er sich am europäischen Diskurs der künstlerischen Forschung.

---

