

## **Antrag**

**der Abgeordneten Hansjörg Schmidt, Dr. Isabella Vértes-Schütter, Cem Berk,  
Gabi Dobusch, Regina Jäck, Claudia Loss, Kirsten Martens,  
Dr. Christel Oldenburg, Dagmar Wiedemann (SPD) und Fraktion**

**und**

**der Abgeordneten Dennis Paustian-Döscher, Maryam Blumenthal, Miriam Block,  
Sina Aylin Demirhan, René Gögge, Ivy May Müller, Peter Zamory,  
Eva Botzenhart, Mareike Engels, Michael Gwosdz, Linus Jünemann,  
Zohra Mojadeddi (GRÜNE) und Fraktion**

**Haushaltsplan-Entwurf 2021/2022**

**Einzelplan 3.3**

**Betr.: Hamburgs Zukunft zu allen Zeiten klug, sozial und nachhaltig gestalten:  
Ausbau des Medieninnovationsökosystems – neue Innovationspro-  
gramme entwickeln**

In Hamburg entsteht seit einigen Jahren ein Innovationsökosystem mit dem Kern Medien- und Kreativwirtschaft und mit Fokus an der Schnittstelle von Technologie und Inhalten. Treiber ist die „Hamburg Kreativ Gesellschaft“, die mit ihren unterschiedlichen, ausdifferenzierten Programmen, vor allem im Rahmen der Initiativen „nextMedia.Hamburg“ und „Gamecity Hamburg“, innovative Projekte mit Unternehmen anstößt und umsetzt. So ist im Laufe der Zeit ein ausdifferenziertes Maßnahmenportfolio entstanden, das sich zu einem wichtigen Faktor zur Transformation des Medienstandorts und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit Hamburgs entwickelt. Der Koalitionsvertrag der rot-grünen Regierungskoalition setzt sich dafür ein, die Standortinitiative für die Medien- und Digitalwirtschaft weiter auszubauen, um im Sinne eines neuen innovationspolitischen Ansatzes ein Medieninnovationsökosystem unter Beteiligung aller relevanten Akteure/-innen zu schaffen.

Um die Position Hamburgs als Standort für Medieninnovation weiter zu stärken, muss das vorhandene Angebot an Maßnahmen um weitere geeignete Programme ergänzt werden. Sinnvoll wäre es zum Beispiel, den Unternehmen Möglichkeiten anzubieten, damit sie ihre Unternehmenskultur und -struktur von innen heraus verändern können, um digitale Transformation langfristig und erfolgreich im Unternehmen zu etablieren. Die Innovationskultur nimmt hierbei eine zentrale Rolle ein. Einige Standorte unterstützen ihre Unternehmen bereits sehr gezielt bei internen Innovationsprozessen (zum Beispiel NRW: Weiterbildungsförderung; Bayern: Innovation Week und Beratung). Auch Hamburg entwickelt zunehmend entsprechende zielgerichtete Angebote für die Hamburger Medienbranche. Diese Anstrengungen sollten intensiviert werden, um die Innovationskraft dieser Branche zu stärken und voll auszuschöpfen. Zudem verfügt nur ein Teil von Medienunternehmen in Hamburg über eigene, umfangreiche Innovationsstrukturen und -prozesse und entsprechendes Know-how. Einzelne Innovationsverantwortliche, zum Beispiel in den Bereichen Business oder Product Development, stehen vor der Herausforderung, neben dem Kerngeschäft Freiräume für Innovationen zu schaffen. Begrenzte Ressourcen und Strukturen schränken diese Anstrengungen

stark ein. Das gilt insbesondere auch für die Möglichkeit für einen konstruktiven, strukturierten Austausch und die Vernetzung mit anderen Innovationsschaffenden.

Mit einem weiteren Programm könnte für die Innovationsförderung der Hamburger Medienbranche ein neuer, zusätzlicher Schwerpunkt auf die Optimierung unternehmensinterner Innovationsprozesse gesetzt und gleichzeitig das bestehende Angebot ergänzt werden. Das neue Angebot sollte folgende Zielsetzungen anstreben:

- Hamburger Medien- und Digitalunternehmen werden dabei unterstützt, ihre Innovationsfähigkeit und -kultur zu analysieren und zu optimieren.
- Die am Programm teilnehmenden Innovationsverantwortlichen werden mit entsprechenden „Tools“ ausgestattet, um nachhaltig Innovationsprozesse zu initiieren und die Innovationskultur im Unternehmen zu transformieren.
- Unternehmen erhalten die Möglichkeit, ihre internen Perspektiven in einem interdisziplinären und kooperativen Umfeld zu analysieren und daraus resultierend zu erweitern.
- Projekte sollen künftig in einem neuen Umfeld und mit neuen Methoden weiterentwickelt werden.

Die teilnehmenden Unternehmen können so kurzfristig von neuen Impulsen für aktuelle Herausforderungen und Projekte sowie von einem Motivationsschub für ihre innovationsverantwortlichen Mitarbeiter/-innen profitieren. Vor allem langfristig würde sich die Teilnahme an einem entsprechenden Angebot auszahlen, insbesondere durch die konkrete Optimierung von Innovationsprozessen und -kultur im Unternehmen, aber auch durch die Perspektivenerweiterung aufgrund der unternehmensübergreifenden Kollaboration sowie daraus resultierende Netzwerkeffekte und Kooperationspotenziale.

Für den Standort Hamburg könnte mit entsprechenden Programmen eine Lücke in einem wachsenden, konsistenten Innovationsökosystem, zunächst mit Fokus auf die Medien- und Digitalwirtschaft, geschlossen werden. Die genannten Alleinstellungsmerkmale (auch in Abgrenzung zu vergleichbaren Angeboten anderer Standorte) bieten zudem großes Vermarktungspotenzial.

#### **Die Bürgerschaft möge beschließen:**

##### **Der Senat wird ersucht,**

1. neue Programme zur weiteren Stärkung des Innovationsökosystems der Medien- und Kreativwirtschaft unter dem Dach der Kreativgesellschaft zu entwickeln,
2. für die Konzeptualisierung der Programme und die Umsetzung im Haushalt 2021/2022 im Einzelplan 3.3, Aufgabenbereich 251 Kultur und Staatsarchiv, Produktgruppe 251.07 „Amt Medien“, Kontenbereich Kosten aus Transferleistungen hierfür bis zu 200.000 Euro aus den durch die Digitale Dividende II erzielten Erlösen in der gleichen Produktgruppe zur Verfügung zu stellen und
3. der Bürgerschaft bis 30. Juni 2022 über den Fortschritt zu berichten.