



Managerkreis-Report | Stuttgart | 4. Februar 2015

Zweiter Businesslunch für Frauen in Baden-Württemberg

**mit Nicole Ackermann, Managing Partner und Geschäftsführung Mouna GmbH,
Vorstandsmitglied Women in Film and Television Germany e.V.**

„Die Filmindustrie ist eine Art Blaupause für die zukünftigen Entwicklungen in der Industrie“, so Managerkreis-Vorstandsmitglied Dagmar Bornemann zur Eröffnung des zweiten Business-Lunches für Frauen am 4. Februar in Stuttgart. „Die in der Filmindustrie erfolgte Wandlung von großen und vertikal integrierten Konzernen hin zu flexiblen Netzwerken, die sich Produktionsstrukturen und Mitarbeiter_innen on demand anmieten, wird beispielhaft für viele andere Industriezweige im Zuge der Digitalisierung sein.“ Damit sprach Frau Bornemann, selbst Unternehmerin im Bereich VFX (Visual-Effects)-Software, das zentrale Thema an, das letztes Jahr auch im gesellschaftlichen Diskurs angekommen ist: die digitale Transformation und ihre Auswirkungen auf die Arbeitswelt im weitesten Sinne.

Mit der Filmproduzentin und -vertrieberin Nicole Ackermann als Gast, konnte der Managerkreis erneut eine renommierte Expertin für seine wirtschaftspolitische Gesprächsreihe nur für Frauen begrüßen. Als Vertreterin einer Branche, die sich schon länger im Wandel befindet, beschrieb Nicole Ackermann anschaulich das Nebeneinander alter und neuer Geschäftsmodelle. Filmförderung als besondere



Form der Wirtschafts- und Standortförderung ist beispielsweise eher stark von nationalen und regionalen Interessen geprägt und streben eine möglichst lange Verwertungskette, von Kino über DVD zur Pay- und dann Free-TV Vermarktung, an. Neue Digitalplattformen wie iTunes und Amazon Prime, bei denen einzelne Filme gekauft und direkt heruntergeladen werden können, und Streamingdienste wie Watchever oder Netflix, die einem Flatrate-Modell folgen, streben jedoch eine möglichst schnelle Verwertung an. Dabei können diese neuen Anbieter durch ihre Marktmacht eigene Preisvorgaben machen, die einem völlig anderen Geschäftsmodell folgen. Mit noch schwer abzuschätzenden Folgen für die Produktionsgesellschaften und ihrer Kostenkalkulationen.

Die Medienkonvergenz und Auflösung der alter Branchen- und Berufsgrenzen schafft jedoch auch viele Möglichkeiten für neue Anbieter oder Nischenprodukte. Gerade letztgenannte können durch die digitalen Vertriebswege, neue Finanzierungsformen wie crowdfunding special interest-Gruppen besser bedienen. Das stellt allerdings Filmschaffende wie auch Produzierende vor neue Herausforderungen, denn neben ihren klassischen Fähigkeiten müssen sie nun auch social-media Expert_innen werden, sich intensiv um ihre communities und Investoren kümmern. Umso wichtiger, sich nicht zu verzetteln und für eine kluge Verzahnung aller Tätigkeiten zu sorgen. Denn im zunehmenden Wettbewerb ist Spezialwissen gefragt, das aber durch neue Kompetenzen ergänzt werden muss. Eine integrierende Geschäfts- und Personalstrategie ist demnach unverzichtbar für den Wettbewerb, der immer stärker durch technische und informationelle Entwicklungen geprägt ist.

Weitere Veranstaltungen dieser Reihe sind geplant.