

Pressestatement

Peter Driessen
Hauptgeschäftsführer
der
IHK für München und Oberbayern

anlässlich
der
Pressekonferenz
„Die Informations- und Kommunikationswirtschaft
am Standort München“

am 24. Februar 2011, 10.30 Uhr
im Clubraum der
IHK für München und Oberbayern
Max-Joseph-Straße 2, München

Sehr geehrte Damen und Herren,

zum vierten Mal nach 1999, 2004 und 2007 haben die IHK für München und Oberbayern und die Landeshauptstadt München die Medien-, Informations- und Kommunikationswirtschaft am Standort München genauer untersucht, um Entwicklungen und Trends bei diesen Unternehmen sichtbar zu machen. Der Referent für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München, Dieter Reiter, und ich stellen Ihnen heute die Ergebnisse vor.

Die jetzt vorliegende Studie zeigt:

Der Medien-, Informations- und Kommunikationsbereich ist und bleibt einer der wichtigsten Wirtschaftszweige in der Region München. Die Finanzkrise, der fortschreitende schnelle technologische Wandel und viele andere Herausforderungen sind aber auch an dieser Branche nicht spurlos vorübergegangen. Dennoch, sie hat die Krise gut überstanden. Das bestätigen sowohl die Studie als auch unsere aktuelle Konjunkturumfrage. Die Unternehmen wurden von der Krise deutlich weniger stark ge-

troffen als beispielsweise die exportorientierte Industrie oder die Finanzdienstleister.

Die Medien- und IuK-Wirtschaft bleibt eine Schlüsselbranche und ein Motor für die wirtschaftliche Entwicklung im Großraum München, denn sie liefert Impulsfunktionen für andere Dienstleistungs- und Industriebranchen. Ich zitiere einen Unternehmer, der es auf den Punkt bringt: „Wir haben unsere Strategie umgestellt, wir haben unsere Prozesse umgestellt. So eine Krise hat also auch ihre Vorteile, aber ich möchte das nicht zu oft erleben.“

Seit 1999 hat die IuK- und Medienbranche stürmische Zeiten erlebt. Zur Erinnerung: 1999 war die Zeit der Interneteuphorie, was 2001 im Platzen der DotCom-Blase endete. Wenige Jahre später, so etwa im Jahr 2004 fasste die Branche wieder Fuß, getrieben von einer rasanten technischen Weiterentwicklung, die viele neue Märkte entstehen ließ.

So hat sich die Nutzung und Präsenz des Internets binnen weniger Jahre verändert. Werbung ist heute nur noch als Kombination von On- und Offline gefragt. Mobi-

les Internet war teuer und langsam. Und mit Social Media sind völlig neue Kommunikationskanäle entstanden. Zu diesem schnellen Wandel kam nun noch ab etwa 2008 die Finanz- und Wirtschaftskrise hinzu.

Als wir im Herbst 2010 die Umfrage zur Studie begannen, suchten wir Antworten auf mehrere Fragen: Wie wirkte sich die Wirtschafts- und Finanzkrise auf die Medien- und IuK-Unternehmen aus? Wie bewerten die Unternehmen im Rückblick ihre Situation? Wohin geht die Reise?

Uns war nicht nur eine rein quantitative Erfassung wichtig, wie zum Beispiel Anzahl der Mitarbeiter oder Umsätze. Wir wollten auch Strukturveränderungen nachvollziehen können, Stärken und Schwächen der Region München herausarbeiten. Wie bereits in den vorausgegangenen Studien haben wir mehrere Teilbranchen untersucht:

Für die Medien, Journalismus sowie Werbung und Marktkommunikation waren es schwierige Jahre, die auch mit vielen Umwälzungen verbunden waren. Techni-

scher orientiert sind die Branchen Software und IT-Services, Kabel- und Netzbetreiber, Bauteile und Komponenten, Endgeräte und Distribution. Dort war die Krise weit weniger zu spüren.

Wie in den früheren Studien haben wir die Planungsregion 14 betrachtet: Dazu gehören Stadt und Landkreis München sowie die Landkreise Freising, Erding, Ebersberg, Landsberg, Fürstenfeldbruck, Starnberg und Dachau.

Nun zu den konkreten Ergebnissen der Studie. Die Branche ist weiter gewachsen. Die Zahl der Unternehmen hat seit 2004 bis heute kontinuierlich zugenommen. Damals waren es rund 23.000 Unternehmen, drei Jahre später schon 27.000. Heute sind es 29.000. Das ist gegenüber 2007 ein Plus von 6 Prozent oder 1.700 Unternehmen mehr in absoluten Zahlen.

Dieser Zuwachs konzentriert sich nur auf Stadt und Landkreis München. Die Zahl der Unternehmen in den angrenzenden Landkreisen ist nahezu konstant geblieben. Die Werbeagenturen und Marktforscher, die zu über

80 Prozent im Stadtgebiet oder im Landkreis München ansässig sind, haben mit über 10.000 Unternehmen den Bereich Software, eCommerce, Daten- und IT-Services gegenüber 2007 überholt. Den drittgrößten Anteil an allen Unternehmen der IuK- und Medienwirtschaft stellen die Medien.

Die IuK- und Medienbranche weist nach wie vor eine gute Mischung zwischen Neugründungen und Traditionsunternehmen auf: 50 Prozent der Unternehmen sind vor, und 50 Prozent nach 1999 gegründet worden. Die immer noch hohe Dynamik zeigt sich aber in erster Linie daran, dass nahezu 20 Prozent der Unternehmen im Großraum München nach 2008 entstanden sind.

Die Branche beschäftigt rund 371.000 Mitarbeiter, einschließlich 12.000 Auszubildender (Stand Ende 2009). Gegenüber der Vorgängerstudie ist das ein Rückgang von 6 Prozent oder 25.000 Mitarbeiter. Dabei haben die Unternehmen versucht, ihre festangestellten Beschäftigten weitgehend zu halten. Der Rückgang in der Beschäftigtenzahl ging besonders zu Lasten der freien Mitarbeiter. Damit ist der lange Zeit beobachtete Trend

zum Abbau fest Angestellter zugunsten freier Mitarbeiter gestoppt worden. Ebenso wie in der Industrie haben auch die Unternehmen der IuK-Wirtschaft die Kurzarbeit genutzt, zumindest die festangestellten Fachkräfte auch in der Konjunkturflaute weitgehend zu halten.

Bis auf zwei Ausnahmen sind die Beschäftigungszahlen in den einzelnen Teilbereichen stabil geblieben. So haben die Unternehmen in der Distribution ihren Personalbestand seit 2003 verdoppelt. Allerdings vereinen sie nur gut 6 Prozent aller Beschäftigten in der IuK-Wirtschaft auf sich. Im Segment Verbraucherebene und Endgeräte verlief der Trend genau umgekehrt. Zwischen 2003 und 2009 ist der Personalbestand um rund ein Drittel von knapp 65.000 Mitarbeitern auf 43.000 gesunken.

Wie bereits eingangs kurz erwähnt, hat die Finanz- und Wirtschaftskrise Bremsspuren hinterlassen. Allerdings fielen sie mit einem moderaten Umsatzrückgang von - 3,7 Prozent auf 71 Mrd. Euro zwischen 2007 und 2009 nicht so schlimm aus wie erwartet. Die weltweiten Auftragseinbrüche trafen die Teilbranchen unterschiedlich intensiv. Die Medien bleiben trotz Einbußen von 7 Pro-

zent mit einem Gesamtumsatz von 19,5 Mrd. Euro die stärkste Branche. Ausschlaggebend für den Rückgang waren die Umwälzungen im Druckereigewerbe, die vor allem viele kleine Betriebe zur Aufgabe zwangen.

Weit positiver lief es bei den Kabel- und Netzbetreibern, die ihren Umsatz entgegen dem Trend um 5,5 Prozent auf 15,3 Mrd. Euro steigern konnten und damit den Abstand zu den Medien spürbar verringert haben. Die Anbieter von Software und Daten-, IT-Services, der drittstärkste Umsatzbereich, mussten ein Minus von 5 Prozent auf 11,5 Mrd. Euro verkraften. Ursache dafür waren vor allem Auftragsrückgänge aus der Finanzbranche.

Am härtesten traf es erwartungsgemäß die Werbebranche, denn der Sparzwang vieler Unternehmen fängt bei den Werbeausgaben an. Entsprechend sackte der Umsatz um 16,7 Prozent auf 3,5 Mrd. Euro ab. Eine Folge davon: Größere Unternehmen der Werbebranche reduzierten zunächst die Zahl der freien Mitarbeiter. Und wenn es gar nicht mehr anders ging entließen sie auch fest Angestellte, die ihr Glück dann als Unternehmer suchten. Das erklärt den großen Anstieg von Mini-Firmen

in der Werbebranche, wobei die Zahl der Freiberufler noch um einiges höher sein dürfte.

Auch die Investitionen sind leicht um 4,6 Prozent auf 6,6 Mrd. Euro gesunken. Der Anteil der F&E-Ausgaben am Umsatz sackte im Jahr 2009 ebenfalls ab. Dabei ist der Einstieg in neue Geschäftsfelder wieder etwas mehr ins Visier der Unternehmen gerückt, seit 2004 ist der Anteil der Unternehmen kontinuierlich auf 13 Prozent gestiegen. Die Großunternehmen gehen diesen Schritt konsequenter. Knapp die Hälfte plant, sich Neuland zu erschließen.

Um die Investitionstätigkeit wieder vorantreiben zu können, wünschen sich die Unternehmen zusätzliche Anreize, wie zum Beispiel eine steuerliche Forschungsförderung. Ganz konkret haben sich mittelständische Firmen darüber beklagt, dass Fördergelder sehr ungleich verteilt würden, da bei Großprojekten häufig nur Großunternehmen zum Zuge kämen. Insgesamt weiß gerade die Medien- und IuK-Wirtschaft, dass Forschung und Entwicklung die Voraussetzungen für neue Produkte und Dienstleistungen sind. So investieren die IuK-

Unternehmen in Deutschland durchschnittlich 7 Prozent ihres Umsatzes in Forschung und Entwicklung, fast dreimal so viel wie die Gesamtwirtschaft (2,6 Prozent).

Diese Vorhaben zeugen von der inzwischen wieder guten Geschäftslage gerade der Großunternehmen, von denen 86 Prozent mit ihrer Situation zufrieden sind. Bei den Kleingewerbetreibenden sind es nur 36 Prozent. Noch spannender als der Blick zurück ist freilich die Frage, was die Unternehmen in den kommenden Monaten und Jahren erwarten. Und da sieht es wirklich erfreulich aus. Knapp die Hälfte der Unternehmen rechnet kurz- und mittelfristig mit einem weiteren Wachstum. Doch je weiter der Horizont entfernt ist, desto größer die Vorsicht. So schätzen die Unternehmen ihre Aussichten in den kommenden zwei Jahren etwas positiver ein als in den kommenden drei bis fünf Jahren.

Insgesamt bestätigen die Unternehmen in der Studie unsere aktuelle Konjunkturumfrage, allen voran die IT-Dienstleister. Gerade noch 1 Prozent ist mit der Situation unzufrieden. In den kommenden 12 Monaten wollen 45 Prozent neue Jobs schaffen, nur 4 Prozent planen ei-

nen Stellenabbau. Auch die Werbebranche hat den Rückschlag gut verdaut. Mehr als die Hälfte der Unternehmen geht davon aus, dass es kräftig aufwärts geht und über 40 Prozent wollen zusätzliche Mitarbeiter einstellen. Ob sich allerdings die notwendigen Fachkräfte in den kommenden Jahren auch finden, ist ein ganz anderes Thema. Vor allem die IT-Branche sieht jetzt schon Probleme.

Meine Damen und Herren,

dieser Ausblick stimmt uns insgesamt sehr zuversichtlich. Auch in Zeiten von Finanzkrise und Umsatzrückgängen hat sich die IuK- und Medienwirtschaft bewährt. Das spiegelt sich auch in der Zufriedenheit der Unternehmen mit dem Standort wider. Sie ist in der aktuellen Studie so hoch wie nie zuvor. Damit übergebe ich an Herrn Reiter, der Ihnen die Entwicklung in den einzelnen Branchen und die Umfrageergebnisse zur Standortzufriedenheit erläutern wird.