

Stuttgart, 03.06.04

**Haushaltssicherungskonzept 2002 / Verwaltungsreform
Flächendeckende Aufgabenkritik (GRDrs 1053/2003)
hier: Das Medienteam der Stadt Stuttgart**

Beschlussvorlage

Vorlage an	zur	Sitzungsart	Sitzungstermin
Reform- und Strukturausschuss	Vorberatung	nichtöffentlich	14.07.2004
Ausschuss für Kultur und Medien	Vorberatung	nichtöffentlich	20.07.2004
Verwaltungsausschuss	Vorberatung	nichtöffentlich	21.07.2004
Gemeinderat	Beschlussfassung	öffentlich	22.07.2004

Dieser Beschluss wird nicht in das Gemeinderatsauftragssystem aufgenommen.

Beschlussantrag

1. Zur erfolgreichen Medien-Standortförderung wird die Arbeit des Medienteams beim Referat KBS fortgesetzt. Der Personalbedarf wird im bisherigen Umfang (zwei Medienreferenten/-innen und eine Assistenzkraft) anerkannt.
2. Die KW-Vermerke an den drei Stellen des Medienteams werden bis Ende 2008 verlängert. Die förmliche Änderung des Stellenplans bleibt vorbehalten.
3. Das Medienteam hat eine Bilanz seiner seitherigen Tätigkeiten bei der Stadt Stuttgart vorgelegt (Anlagen). Von diesem Tätigkeitsbericht wird zustimmend Kenntnis genommen.

Kurzfassung der Begründung

Die Stabsstelle Medienteam wurde im Jahr 2000 im Referat KBS neu eingerichtet, um innerhalb der Stadtverwaltung einen kompetenten Ansprechpartner für die Medienszene zu haben und eine gezielte Medienstandort-Förderung betreiben zu können. Die 3 Stellen der Stabsabteilung wurden zunächst auf 5 Jahre befristet, um flexibel auf die Anforderungen des Marktes reagieren zu können. Von Anfang an war vorgesehen, das Medienteam weiterzuführen, falls sich die Konstruktion bewähren würde. Im Rahmen der Stellenplanberatungen für den Haushaltsplan 2004/2005 wurde beschlossen, dass

das Medienteam bis zum 30. Juni 2004 einen Bericht seiner seitherigen Tätigkeit vorlegen sollte, um über das Fortbestehen der Stabsstelle zu entscheiden.

Die Förderung des Medienstandorts ist ein wichtiges gesamtstädtisches Ziel, das kontinuierlichen Einsatz erfordert. Das dreiköpfige Medienteam hat in den vergangenen Jahren hochmotiviert an der Entwicklung des Standorts gearbeitet und ist regional wie überregional zu einer festen Größe geworden (Tätigkeitsbericht s. Anlage). Das eingespielte Team wird die erfolgreich begonnene Arbeit in Zukunft mit großem Engagement fortsetzen – vorausgesetzt, der Gemeinderat ist bereit, der Stabsstelle auch über April 2005 hinaus (Auslaufen des ersten Vertrags) eine Perspektive zu bieten und die bisher im Stellenplan vorgesehenen KW-Vermerke bis Ende 2007 zu verlängern.

Finanzielle Auswirkungen

Es fallen Personalkosten in Höhe von durchschnittlich 183.000 EURO an. Das Medienteam hat im August 2003 die Verwaltung und Vermietung vom Filmhaus Stuttgart übernommen. Dadurch ergeben sich Einsparungen in Höhe von rund 35.000 EURO jährlich, die als Honorar für einen externen Geschäftsführer vorgesehen waren. Aus Drittmitteln und durch Industriesponsoring wurden in den letzten Jahren zusätzliche Einnahmen erzielt. Diese Einnahmen konnten kontinuierlich gesteigert werden. 2004 wurden bisher rund 50.000 EURO eingeworben.

Mitzeichnung der beteiligten Stellen:

Die Referate AK, WFB und KBS haben die Vorlage mitgezeichnet.

Vorliegende Anfragen/Anträge:

keine

Erledigte Anfragen/Anträge:

keine

Dr. Wolfgang Schuster

Anlagen

Anlage 1: Das Medienteam der Stadt Stuttgart - Bilanz und Perspektiven

Anlage 2: Projekte und Beteiligungen des Medienteams in Jahresübersichten 2001-2004

Das Medienteam der Stadt Stuttgart – Bilanz und Perspektiven

I. Vorgeschichte

Im Zusammenhang mit der Diskussion um die Zukunft des Stuttgarter Filmhauses hatte der Gemeinderat die Bündelung der städtischen Medienpolitik gefordert. Am 22. Juli 1999 wurde vom Gemeinderat beschlossen, zur Förderung des Medienstandorts die dreiköpfige Stabsstelle Medien einzurichten und beim Referat KBS anzusiedeln. Der Leiter des „Medienteams“ wurde durch eine Findungskommission unter Beteiligung namhafter Vertreter der regionalen und überregionalen Medienwirtschaft gewählt und hat seinen Dienst im Mai 2000 angetreten. Die beiden anderen Stellen sind im November 2000 (Rechnungsprüfung/Sekretariat) und im Januar 2001 (Team-Management) qualifiziert besetzt worden.

Die Stellen des Medienteams wurden zunächst bis April/Mai 2005 befristet, um flexibel auf die Schnelllebigkeit des Marktes reagieren zu können. Von Anfang an war aber vorgesehen, die Stabsstelle weiterzuführen, falls sich die bundesweit einmalige Konstruktion über die Jahre als sinnvoll erweisen würde.

II. Tätigkeitsbericht

Stuttgart hat eine lange Tradition als Stadt der Avantgarde, sie ist international und innovativ und für ihre Multikulturalität bekannt. Außerdem liegt sie in einer der führenden High-Tech-Regionen der Welt. Als Medienstandort zeichnet sich Stuttgart aus als bedeutendes Zentrum von Fach- und Wissenschaftsverlagen, durch namhafte, international tätige Werbeagenturen und eine beachtliche Filmfestivallandschaft. Außerdem sind hier wichtige Institutionen wie der SWR als zweitgrößte Sendeanstalt der ARD, die Hochschule der Medien, das Haus des Dokumentarfilms, die Merz Akademie, die Akademie Schloss Solitude, das Design Center Stuttgart und die Staatliche Kunstakademie angesiedelt. Die Filmakademie in Ludwigsburg ist seit ihrer Gründung 1991 sehr erfolgreich.

Ziel war es, im Film- und Medienbereich dieses hervorragende Profil zu schärfen, Freiräume für kreative Köpfe zu schaffen, Räume zu erschließen und neue Chancen zu ergreifen. Stuttgart verfügt über eine Vielzahl von kreativen Personen und engagierten Kulturvereinen, die in der städtischen Verwaltung einen kompetenten Ansprechpartner benötigten.

Das Medienteam hat zur Bündelung der Aktivitäten innerhalb der Stadtverwaltung zunächst von 41 den Gesamtbereich Film- und Medienförderung sowie von OB/82 den „Round Table Filmschaffende“ übernommen und aus aktuellem Anlass folgende große Projekte ab 2000 verwirklicht:

- 1. Das Filmhaus Stuttgart** und seine Mieter waren im Jahr 2000 nach einer halbherzig abgeschlossenen vorherigen Renovierung sowohl personell, wie finanziell und räumlich heruntergewirtschaftet. Die vorhandenen Potentiale wurden nicht ausreichend genutzt. Keiner der drei dort angesiedelten Vereine hatte einen Mietvertrag, das Erdgeschoss stand dauerhaft leer. Das Medienteam hat zunächst darauf gesetzt, neue

Personen an die Vereine zu binden. Komplett neu besetzt - im Vorstand wie bei den Mitarbeitern - wurde der Verein Filmbüro Baden-Württemberg, der heute zu den schlagkräftigsten Vereinen in der kulturellen Filmarbeit des Landes zählt. Dem Verein Wand5 wurde in Stuttgart mit der Realisierung des lange gewünschten "Media-Space" eine neue Perspektive ermöglicht. Auch der Verein Kommunales Kino hat heute eine komplett neue Struktur. Die Bereiche Programm, Technik und Finanzen wurden personell getrennt und der Vorstand auf eine beratende Rolle beschränkt. In mehreren Etappen wurde anschließend die räumliche Situation im Filmhaus verbessert und die leerstehende Etage im Erdgeschoss an eine lukrative Gastronomie verpachtet. Der Kinosaal 2 wurde saniert und mit der neuesten Medientechnik ausgestattet. Im November 2002 wurden auch die beiden oberen Etagen im 3. und 4. Obergeschoss vom Stadtmessungsamt übernommen, renoviert und ab Januar 2003 sukzessive an Film- und Medienschaaffende vermietet. Im August 2003 hat das Medienteam die Verwaltung und Vermietung selbst in die Hand genommen. Zum heutigen Zeitpunkt sind alle Flächen vermietet. Die Außengastronomie im Innenhof mit einem Open-Air Kino ist genehmigt und umgesetzt.

- 2. Das Römerkastell** in Stuttgart Bad Cannstatt war rund zehn Jahre lang eine Altlast des Bundesvermögensamtes, die im Jahr 2000 durch einen privaten Investor zu einem Film-, Medien- und Musikzentrum im Stile der Reinhardtskaserne in Ludwigsburg ausgebaut werden sollte. Nach Besuchen mit Vertretern der zuständigen Fachämter in Ludwigsburg wurde die Reiterkaserne im Oktober 2002 an den Investor Wolfgang Kreis verkauft. Nach der Umbau- und Sanierungsphase hat das Medienteam zahlreiche Mieter wie u.a. die Kinderserie "fabrixx", das Digital Media Center, Baer Music, Pop-Büro Region Stuttgart in die neuen Flächen vermittelt und einen multifunktionalen Konferenzraum (mit OB/82) eingerichtet. Heute ist das größte Film-, Medien- und Musikzentrum in Baden-Württemberg fast vollständig vermietet und wird für hochkarätige Veranstaltungen aus der Medienwirtschaft genutzt. Die Mischung aus Arbeiten und Wohnen verleiht dem Areal mit seinen beiden Gastronomien einen besonderen Charme, die in vergleichbaren Objekten fehlen. Eine Erweiterung auf das derzeitige THW-Areal ist angestrebt.
- 3. Der Medientag Stuttgart/Ludwigsburg** wurde vom Medienteam konzipiert und erstmals am 4. September 2001 in der Landesvertretung in Berlin durchgeführt. Zu diesem Zeitpunkt bestand in der Messe Stuttgart der DMMK (Deutscher Multimedia Kongress) und die Messe "Multimediamarket" (später IT-Plus). Nachdem die IT-Plus 2002 aufgegeben wurde und der DMMK nach Berlin verlagert wurde, wurde der Medientag zur zentralen Veranstaltung für die regionale Medienwirtschaft. Der Medientag bietet der Film- und Medienwirtschaft eine kompakte Form der Präsentation aus Messeständen, Kongressteil und Impulsvortrag, abgerundet mit einem Empfang. Zur Geschäftsanbahnung im Dienstleistungsbereich, als Jobbörse und als Kontaktveranstaltung wurden beim 3. Medientag am 23. April 2004 im Römerkastell über 3000 Besucher gezählt. Die Veranstaltung ist damit erfolgreich eingeführt und soll im April 2005 wieder stattfinden. Eine ähnliche Veranstaltung ist im Herbst 2004 in der Landesvertretung in Berlin geplant.

Finanzielle Auswirkungen: Im August 2003 hat das Medienteam die Verwaltung und Vermietung vom Filmhaus Stuttgart übernommen, nachdem zwei Versuche einen externen Verwalter einzusetzen gescheitert waren. Der Stadt entstehen dadurch Einsparungen in Höhe von jährlich rund 35.000 EURO zuzüglich der Infrastruktur und der Büroräume, die dem letzten Betriebsführer durch Gemeinderatsbeschluss in Aussicht gestellt worden waren.

Im Römerkastell sind keine Zuschüsse geflossen. Beim 3. Medientag am 23. April 2004 konnte der städtische Zuschuss durch Drittmittel und Industriesponsoring in Höhe von 25.000 EURO verdoppelt werden.

Fazit: In den letzten vier Jahren hat sich die Situation in der Medienlandschaft bundesweit radikal gewandelt. Die Städte München, Köln und Berlin haben überproportional viele Arbeitsplätze in der Medienwirtschaft verloren. In Stuttgart sind vielfach aus weichen Standortfaktoren feste Arbeits- und Lebensverhältnisse erwachsen. Gemeinschaftsaktionen wie der Medientag stärken das "WIR"-Gefühl und die Bindung an den Standort. Das Filmhaus Stuttgart, das Römerkastell und als jüngstes Beispiel auch die Wagenhalle im Nordbahnhofsareal sind positive Entwicklungen und Impulse für die Zukunft, die in anderen Städten vielfach fehlen. Diese richtige Tendenz gilt es in Stuttgart künftig aufrecht zu halten.

Übrige Querschnittsaufgaben:

Die übrigen klassischen Querschnittsaufgaben der Stabsstelle hat das Medienteam gemäß den in den Jahresprogrammen formulierten Zielen unter Berücksichtigung der aktuellsten Trends in fünf Schwerpunkte gegliedert:

- 1. Vernetzung der Medienschaffenden:** Die emotionale Bindung der Medienschaffenden an den Standort und die interne Vernetzung der Medienszene wird als wichtig eingestuft. Es gilt das enorme Potential und die Vielfältigkeit des Medienstandortes durch Präsentationen und Veranstaltungen wie Symposien, Medientage und Arbeitskreise/Round Table zu bündeln und darzustellen. So werden beispielsweise der „Arbeitskreis Medien“ oder der „Round Table Filmschaffende“ sehr gut angenommen. Erfolge dieses Netzwerkknotens sind Firmenansiedlungen im Filmhaus oder im Römerkastell. Das Medienteam versteht sich als Netzwerkknoten, der die Kontakte zur Stuttgarter Medienszene, zu den Gremien bei Stadt, Land und Region und zur internationalen Medienwirtschaft bilateral aufnimmt, pflegt und jederzeit bereitstellt. Die Homepage des Medienteams bietet zweisprachig einen aktuellen Überblick über unsere Leistungen.
- 2. Infrastrukturmaßnahmen:** Durch eine Verbesserung der technischen und räumlichen Infrastruktur für die Medienwirtschaft in Stuttgart kann die Optimierung oder Neerschließung von Medienarealen erreicht werden. Das Filmhaus, das Römerkastell oder die Wagenhalle im Nordbahnhofsareal sind Beispiele für die Integration von kreativen Kräften in ein interessantes Umfeld. In der Jakobstraße konnte die Medienkunstgalerie „fluctuating images“ in eine städtische Liegenschaft integriert werden. Die Stabsstelle bietet ebenso technische Beistellungen bei aufwändigen Präsentationen, die im Medienbereich vielfach notwendig sind.
- 3. Fördermaßnahmen:** Neben der Umsetzung aller städtischen Fördermaßnahmen inklusive der Rechnungsprüfung aus dem Bereich Film und Medien liegt ein Schwerpunkt bei der Einwerbung von Drittmitteln/Industriesponsoring und der Umsetzung von Sonderthemen. Das Medienteam konnte in den vergangenen Jahren zahlreiche lohnende Projekte an den Standort binden oder mit der Region Stuttgart, dem Land Baden-Württemberg oder der Industrie gemeinsam verwirklichen. Die Beratungsleistung gegenüber Vereinen oder freien Kuratoren ist zum Teil erheblich. Beispiele sind der Kongress „Media Space“ oder die „Französischen Filmtage“. Die Stärkung der Film- und Festivalstruktur ist Voraussetzung für das Selbstbewusstsein des Medienstandortes Stuttgart/Ludwigsburg.

- 4. Präsentation des Medienstandortes:** Im härter werdenden Wettbewerb der Städte ist es wichtig, den Medienstandort Stuttgart deutschlandweit bekannter zu machen. Dies geschieht durch den Aufbau einer bundesweiten Kontaktstruktur und durch die Beteiligung an überregionalen Messen (Medientage München) oder Präsentationen wie in der Landesvertretung in Berlin. Gemeinsam mit der Wirtschaftsregion Stuttgart (WRS) und dem Land Baden-Württemberg wird für den Standort auf sympathische Weise geworben. Es muss auch künftig kräftig für Stuttgart geworben werden, denn vom Image der Stadt hängt vielfach auch die Zukunftsfähigkeit ab.
- 5. Beratungsleistung:** Die Film- und Medienberatung innerhalb und außerhalb der Verwaltung wurde gebündelt, wobei spezifische Belange und Anforderungen der Medien- und Filmwirtschaft ähnlich wie bei der Wirtschaftsregion (WRS) und dem Land Baden-Württemberg (MFG) dauerhaft verankert werden müssen. Die Beratungsleistung auf diesem Gebiet ist stark gestiegen. Gründe dafür werden im gestiegenen Optimismus der Medienwirtschaft wie auch in der zunehmenden Zahl an kleinteiligen Projekten und Existenzgründungen gesehen, die nach dem Abflauen des Booms wieder Tritt fassen. Die umfassende Beratungsleistung der Stabsstelle erstreckt sich u.a. von Technikbeistellung, Fragen der Drehgenehmigung, Amtshilfe, Konkretisierung von Wirtschaftsplänen, Existenzgründungen oder Hilfestellung bei EU-Förderanträgen.

Bei allen Aktivitäten war es der Stabsstelle besonders wichtig, offen für Neues zu sein und spontan auf Bedürfnisse der Film- und Medienwirtschaft reagieren zu können. (Alle Projekte und Beteiligungen des Medienteams können den Jahresübersichten im Anhang 2 entnommen werden.)

III. Perspektiven und Ausblick

Die Film- und Medienbranche der Landeshauptstadt Stuttgart steht am Anfang des 21. Jahrhunderts vor einer Reihe von Herausforderungen, die die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche mit sich bringt. Harte und weiche Standortfaktoren aus den Bereichen Wirtschaft, Kultur, Soziales und Forschung entscheiden über finanzielles Engagement von Investoren und Unternehmen ebenso wie über den Arbeitsplatzwechsel eines Beschäftigten.

Der künftige Erfolg des Medienstandortes der Landeshauptstadt hängt von der Medienkompetenz der einzelnen Bürger, der Qualität der ansässigen Medienunternehmen und dem Grad der Identifizierung der kreativen und produktiven Kräfte ab, die in den Schlüsselpositionen der IT-, der Medien- und der Filmwirtschaft tätig sind. Im Medienkunstbereich gibt es kaum spürbare Abstrahlungen durch das ZKM (Zentrum für Kunst- und Medientechnologie) in Karlsruhe, so dass die eigenen Stärken in diesem Bereich weiter ausgebaut werden müssen. Der Zielgruppe aus Kindern und Jugendlichen wird zukünftig - neben den bestehenden medienpädagogischen Aktivitäten - eine wachsende Bedeutung für Stuttgart im industrienahen (Medienparks, Film- und Fernsehproduktionen etc.) Umfeld beigemessen.

Es ist klar, dass die Landeshauptstadt Stuttgart im Bereich der Film- und Medienwirtschaft eine zentrale Anlaufstelle braucht, weil die Bedürfnisse der Branche an den jeweiligen Standort in den letzten Jahren massiv gestiegen sind und nur im Verbund aus Stadt, der Region Stuttgart und dem Land Baden Württemberg umgesetzt werden können.

Aufgaben, die künftig weiter bestehen:

1. Umsetzung und Optimierung aller bestehenden Fördermaßnahmen im Bereich Film und Medien sowie deren Rechnungsprüfung, Vorbereitung von Terminen und Text- und Redevorlagen für das Referat oder Herrn OBM.
2. Gewinnung von Industrie-Sponsoren und Drittmittel für neue Projekte wie beispielsweise das "Media-Space", die Französischen Filmtage, Weissenhof Digital, der Medienverbund Stuttgart/Ludwigsburg, Russische Filmtage, Buch- und Medienmeile, Medienkunstgalerie "Fluctuating Images", Indisches Filmfestival etc.
3. Das Filmhaus Stuttgart und das Römerkastell sind zentrale Einrichtungen für die Medienwirtschaft, die eine dauerhaften programmatischen Steuerung durch die Stadt benötigen, damit neben der Verwaltung/Vermietung auch hochkarätige Veranstaltungen an den Standort gebunden werden.
4. Zur schlagkräftigen Präsentation der Medienwirtschaft wurde der Medientag entwickelt und in der Landesvertretung Berlin (2001) und im Römerkastell (2003 und 2004) durchgeführt. In einem schwierigen Umfeld hat sich der Medientag überregional exzellent positioniert und eine zentrale Funktion für die Medienlandschaft übernommen.
5. Die Ansiedelung von Medienunternehmen oder Film- und Fernsehproduktionen (fabrixx) hängt von einer hervorragenden Kontaktstruktur und einem attraktiven Angebot an Flächen ab. Ob es sich um Umzüge innerhalb der Stadt, Zuzüge aus der Region oder aus dem Bundesgebiet handelt, entscheidend ist die Netzwerkstruktur, die erfolgreich aufgebaut wurde. Diese setzt eine Nähe zur Szene und ein hohes Maß an Kommunikationsfähigkeit voraus.

Aufgaben, die künftig neu hinzukommen könnten:

Die Bedeutung der Landeshauptstadt in der Automobilindustrie ist unbestritten. Aber auch die Bedeutung der Medienwirtschaft hat in den vergangenen Jahren zugenommen. Denn schon heute arbeiten in Baden-Württemberg mehr Beschäftigte in der Medienbranche als in der Automobilindustrie. Um diese Position - von der auch die Landeshauptstadt erheblich profitiert - zu erhalten und weiter auszubauen werden folgende Maßnahmen angestrebt:

1. Kinder und Jugendliche könnten verstärkt in industrienahen Bereiche der Medienwirtschaft eingeführt werden. Entsprechend den Zielen der Landeshauptstadt Stuttgart wäre ein Medienpark für Kinder ab 9 Jahren denkbar, der spielerischen und experimentellen Umgang mit den wichtigsten Zukunftstechnologien ermöglicht.
2. Die Internationalität der Stuttgarter Unternehmen und die Multikulturalität seiner Einwohner sind ein klarer Standortvorteil. In diesem Jahr wird das Medienteam das erste Indische Filmfestival realisieren, um die bilateralen Beziehungen zu einem der größten Filmmärkte der Welt in Bollywood/Mumbai (früher Bombay) zu verstärken. Die Märkte

Indien und China sind für die IT- und Medienbranche von großer Bedeutung, da alle zentralen Segmente des Medienmarktes zweistellige jährliche Wachstumsraten zeigen. Indien und China werden sich bis 2010 zum zweit- bzw. drittgrößten IT-Markt der Welt entwickeln. Die Kontakte zu China und Indien könnten ausgebaut werden.

3. Als Stadt der künstlerischen und technischen Avantgarde ist Stuttgart eines der wichtigsten Zentren in Deutschland. Aus der Symbiose von Technik und Kunst ist sowohl das Festival „Filmwinter“ wie auch das „Internationale Trickfilmfestival“ entstanden, die beide europaweit relativ einzigartig sind. Die Schnittstelle zwischen Kunst und Technologie in den Bereichen E-Learning, Medienkunst, Digitales Kino, Open Source sowie Werbe- und Wirtschaftsfilm bietet für den Standort weitere Chancen.

4. Für weitere Vorschläge sind wir offen...

IV. Das Team

Der Erfolg von Film- und Medienförderung ist, wie vergleichbare Einrichtungen von Bund und Land oder in anderen Großstädten zeigen, von den Akteuren abhängig. Er setzt genaue Kenntnisse in die örtlichen Strukturen, die politische Befindlichkeit, die Infrastruktur und Vertrauen in die agierenden Personen voraus. Als Teil einer kommunalen Verwaltung Medienwirtschaft zu entwickeln, bedarf genauer Kenntnis beider Seiten und ihrer Faktizitäten. Dieses in den Aufbaujahren gewonnene Wissen darf nicht verspielt werden.

Das Medienteam wird mit den Köpfen der Stelleninhaber regional und überregional in Verbindung gebracht. Zahlreiche Anfragen aus der Region Stuttgart/Ludwigsburg und aus anderen Großstädten bestätigen, dass das Stuttgarter Medienteam zu einer vertrauenswürdigen und festen Größe geworden ist, die durch die Befristung der Stellen und den KW-Vermerk im Stellenplan nun gefährdet ist.

Einzelne Personen auszuwechseln oder das eingespielte, arbeitsteilige Team aufzulösen, käme einem Tiefschlag in einem Bereich gleich, in dem nun die Grundsteine gelegt sind und in dem unbedingt Kontinuität gewährleistet sein muss, um das Erreichte zu festigen und um weitere Ziele in Angriff zu nehmen. Die Arbeitsteilung der Stabsstelle aus Planung und Steuerung, Verwaltung und Management sowie Rechnungsprüfung und Sekretariat hat sich bestens bewährt.

Stuttgart und die Region Stuttgart sind heute einer der vielfältigsten und interessantesten Medienstandorte in Europa. Mit dem Stuttgarter Medienteam soll dieser Spitzenplatz weiter ausgebaut und vermarktet werden.