

Kontakt

Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
40190 Düsseldorf
Tel.: + 49 (0) 211 837-01
Fax: + 49 (0) 211 837-2200

www.exzellenz.nrw.de

Exzellenz NRW steht für die Clusterstrategie am Wirtschafts- und Innovationsstandort Nordrhein-Westfalen. Die Landesregierung will Stärken stärken und die Exzellenzen in Nordrhein-Westfalen systematisch ausbauen. Ziel der Clusterpolitik ist es, ein günstiges Umfeld für Innovationen zu schaffen, das die Wettbewerbsfähigkeit der Wirtschaft stärkt und Wachstum und Beschäftigung stimuliert.

Mehr zur Clusterstrategie des Landes und den 16 Clustern in Nordrhein-Westfalen finden Sie unter **www.exzellenz.nrw.de**.



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

Ziel2.NRW
Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung



Medien.NRW

Gesucht: Die besten Ideen für neue
Geschäftsmodelle in den Zukunftsmedien

Aufruf zum 2. Wettbewerb

Impressum

Herausgeber:

Der Minister für Bundesangelegenheiten,
Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen
Stadttor 1
40219 Düsseldorf

Redaktion:

Eric Regnery,
Michael Wucherpfennig,
Projektteam Medien.NRW

Ministerialrat Rainer Weiland,
Leiter der Gruppe Medien und Telekommunikation

Henning Hehemann,
Referat Medien- und Pressewirtschaft,
Film und Fernsehen (MTK 2)

NRW.BANK
Projektteam Medien.NRW
Kavalleriestraße 22
40213 Düsseldorf

Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen
Gruppe Medien und Telekommunikation
Stadttor 1
40219 Düsseldorf

Tel.: + 49 (0) 211 91741-7212
Fax: + 49 (0) 211 91741-747213
E-Mail: medien.nrw@nrwbank.de
Internet: www.nrwbank.de/medienwettbewerb

Tel.: + 49 (0) 211 837-1473
Fax: + 49 (0) 211 6021-1473
E-Mail: medien.nrw@stk.nrw.de
Internet: www.mbem.nrw.de/medienwettbewerb

Inhaltsverzeichnis

Gesucht: Die besten Ideen für neue Geschäftsmodelle in den Zukunftsmedien	4
Andreas Krautscheid, Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen	
Einführung des Landesclustermanagers Medien.NRW	6
Marc Ziegler, Geschäftsführer Mediencluster NRW GmbH	
Bekanntmachung/Zusammenfassung	8
1. Vorbemerkung	9
2. Ausgangslage und Zielsetzung des Förderwettbewerbs	9
3. Gegenstand des Wettbewerbs	10
3.1 Förderschwerpunkt Mobile Media	10
3.2 Förderschwerpunkt Online-Content und -Geschäftsmodelle	11
3.3 Förderschwerpunkt Zeitung der Zukunft – Zukunft der Zeitung	12
3.4 Wildcard: Vorhaben außerhalb der Förderschwerpunkte	13
4. Teilnahme	14
4.1 Teilnahmeberechtigung	14
4.2 Teilnahmevoraussetzungen	14
5. Auswahlkriterien	15
5.1 Beitrag zu den grundlegenden Zielen des Ziel 2-Programms	16
5.2 Beitrag zu den Querschnittszielen des Ziel 2-Programms	16
5.3 Beitrag zu den spezifischen Zielen und Kriterien des Wettbewerbs	17
6. Projektauswahl durch die Jury	18
7. Einreichen der Wettbewerbsbeiträge	20
7.1 Ihre Ansprechpartner	20
7.2 Zeitplan des Wettbewerbs Medien.NRW	21
8. Ausarbeitung der Wettbewerbsbeiträge	22
9. Informationen zum anschließenden Antrags- und Bewilligungsverfahren	23



Gesucht: Die besten Ideen für neue Geschäftsmodelle in den Zukunftsmedien

„Mit der Digitalisierung explodierte die Kommunikation“, schrieb ein Wirtschaftsmagazin vor einiger Zeit. Die Digitalisierung hat nicht nur neue Kommunikationsmöglichkeiten geschaffen, sondern auch die Mediennutzung tiefgreifend verändert.

Einerseits haben Digitalisierung und Konvergenz der Medien in der Branche einen kreativen Schub ohnegleichen ausgelöst. Im Kontext des Internets sind unzählige neue attraktive Angebote entstanden, die mit den klassischen Medien um die Gunst der Nutzer konkurrieren. Andererseits hat diese Entwicklung bestehende Geschäftsmodelle massiv unter Druck gesetzt. Der Strukturwandel der Medien ist in vollem Gange und fordert die Innovationskraft aller Akteure heraus.

Das Titelmotiv dieser Broschüre ist eine Art visuelle Bestandsaufnahme zur aktuellen Lage der Medienwirtschaft. Wir sehen viele Ideen, großes Potenzial und doch bleibt das Gesamtbild unscharf. Zukunftsfähige Geschäftsmodelle rund um das Internet sind Mangelware. Für Chris Anderson, Chefredakteur von Wired und Internet-Vordenker, ist das Erfolgsrezept klar: „Wir müssen wie Gründer denken.“

In dieser Umbruchphase will die Landesregierung mit dem zweiten Förderwettbewerb Medien.NRW die Medienunternehmen in Nordrhein-Westfalen bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle weiter gezielt unterstützen und die Entwicklung des Medienclusters Nordrhein-Westfalen fördern. Nach der großen Resonanz auf den ersten Wettbewerb im vergangenen Jahr bieten wir erneut die Möglichkeit, im Rahmen des NRW-EU Ziel 2-Programms 2007–2013 (EFRE) die besten Geschäftsideen zu Zukunftsthemen im Medienbereich finanziell zu fördern.

Mit „Mobile Media“, „Online-Content und -Geschäftsmodelle“ sowie „Zeitung der Zukunft“ adressiert der Wettbewerb aktuelle und wegweisende Themenfelder für die künftige Medienentwicklung. Darüber hinaus gibt es mit der sogenannten „Wildcard“ wieder eine themenoffene Kategorie.

Ich lade Sie, die kreativen Köpfe der Medien- und Kommunikationsbranche in Nordrhein-Westfalen, herzlich ein, an diesem zweiten Wettstreit um die besten Ideen teilzunehmen.

Viel Erfolg wünscht

Ihr

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'A. Krautscheid', with a stylized flourish at the end.

Andreas Krautscheid
Minister für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien
des Landes Nordrhein-Westfalen



Einführung des Landesclustermanagers Medien.NRW

Die Medienbranche steht vor der größten Herausforderung ihrer Geschichte. Zeitgleich muss sie sich mit den aktuellen konjunkturellen Auswirkungen der weltweiten Finanzkrise und den durch die Digitalisierung vorangetriebenen strukturellen Veränderungen ihrer Zunft auseinandersetzen. Während einzelne Medienunternehmen den konjunkturell bedingten Herausforderungen überwiegend mit Produkt-Einstellungen, Formatanpassungen, Prozessverbesserungen und Kostensenkungsmaßnahmen begegnen, stellt der strukturelle Wandel die Branche nach wie vor auf den Prüfstand.

Arrivierte Medien-Player haben den durch die Digitalisierung erlittenen Verlusten bisher kaum erfolgreiche Ideen entgegensetzen können: Beispielsweise mangelt es der klassischen Content-Industrie noch an überzeugenden Konzepten, der allgemeinen Gratiskultur im Netz durch mehrwertige Angebotsformen, die entsprechende Zahlungsbereitschaft auf Rezipientenseite nach sich ziehen, nachhaltig entgegenzuwirken.

Die Medienbranche hat es selbst in der Hand, stärker am Digital-Geschäft, einem der am stärksten wachsenden Märkte überhaupt, zu partizipieren und die Neugestaltung des Medienmarktes aktiv mitzugestalten.

Mit dem zweiten Förderwettbewerb Medien will das Land Nordrhein-Westfalen hierzu gezielt beitragen und fördert vorrangig Vorhaben, die das internetbasierte Mediengeschäft im Land nachhaltig forcieren und die Kompetenzen unterschiedlicher Partner zusammenführen.

Die bessere Vernetzung der Akteure, Einrichtungen und Unternehmen im Medienbereich, wie z. B. Entwickler, Produzenten, Verleger, Vertriebe, Sender, Finanzierungspartner, Aus- und Weiterbildungseinrichtungen, Forschungsinstitute und Verbände, ist eine Kernaufgabe der neuen Mediencluster NRW GmbH.

Die Mediencluster NRW GmbH wird die neue Anlaufstelle für die Medienwirtschaft in Nordrhein-Westfalen. Als zentrale Informations- und Serviceeinheit soll sie die medienübergreifende Zusammenarbeit im Land fördern. Darüber hinaus wird das Clustermanagement als Standortmarketing-Agentur für die Medienwirtschaft auch internationale Kooperationen unterstützen und für die Ansiedlung von Medienunternehmen in Nordrhein-Westfalen werben.

Mein Team und ich stehen Ihnen parallel zum Förderwettbewerb und im Anschluss daran jederzeit gerne als Ansprechpartner zur Verfügung.



Marc Ziegler
Geschäftsführer Mediencluster NRW GmbH

marc.ziegler@medien.nrw.de

Bekanntmachung

des NRW-EU Ziel 2-Förderwettbewerbs (EFRE)

Medien.NRW

des Ministers für Bundesangelegenheiten, Europa und Medien des Landes Nordrhein-Westfalen vom 1. Oktober 2009 in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

Zusammenfassung

In Nordrhein-Westfalen ist die Medienbranche eine wichtige und zukunfts-trächtige Säule der Wirtschaft: Sie bietet neue Wertschöpfungs- und Beschäftigungschancen und profiliert das Land als kreativen und innovativen Dienstleistungs- beziehungsweise Technologiestandort.

Mit dem zweiten Wettbewerb Medien.NRW will das Land die Medienbranche fördern und im internationalen Wettbewerb stärken. Medienunternehmen und -einrichtungen können landesweit von Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung profitieren

Im Rahmen des Förderwettbewerbs werden vor allem kleine und mittlere Unternehmen (KMU) wie auch sonstige Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft und freie Berufe, Einrichtungen der technologischen und wissenschaftlichen Infrastruktur sowie Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen, Gemeinschaftseinrichtungen der Wirtschaft und der Arbeitnehmer gefördert.

1. Vorbemerkung

Wettbewerbe sind fester Bestandteil des NRW-EU Ziel 2-Programms „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung 2007–2013“ (EFRE). Sie sind das zentrale Instrument zur Auswahl von qualitativ hochwertigen, innovativen Fördervorhaben und zur Vergabe der Fördermittel des Programms.

Ziel ist es, mit den geförderten Vorhaben einen maßgeblichen Beitrag dafür zu leisten, dass die Wettbewerbsfähigkeit und die Innovationsfähigkeit der nordrhein-westfälischen Wirtschaft verbessert und damit die Schaffung von Arbeitsplätzen unterstützt wird.

Die programmspezifischen Auswahlkriterien spiegeln die zentralen Ziele des NRW-EU Ziel 2-Programms (EFRE) wider. Sie messen die jeweiligen Beiträge zur Innovations- und Wettbewerbsfähigkeit, zur Beschäftigung, zur dauerhaften und umweltgerechten Entwicklung sowie zur Chancengleichheit von Männern und Frauen und zur Nichtdiskriminierung.

2. Ausgangslage und Zielsetzung des Förderwettbewerbs

Das Land Nordrhein-Westfalen unterstützt gezielt die wichtigsten Wachstumsbranchen und vergibt im Rahmen des Wettbewerbs Fördermittel im Cluster Medien.NRW.

Mit dem zweiten Förderwettbewerb Medien.NRW will das Land Nordrhein-Westfalen die Kern- und Umfeldbranchen der Medienwirtschaft weiter stärken, bestehende Arbeitsplätze sichern und neue schaffen. Im Mittelpunkt steht die Förderung innovativer Ideen und Produkte rund um Konvergenz und Vernetzung in der Medienwirtschaft. Die Medienunternehmen werden gezielt bei der Erschließung neuer Wertschöpfungs- und Beschaffungskanäle unterstützt.

Der Wettbewerb setzt zudem auf innovative Projekte, die branchenübergreifende Zusammenarbeit von mittelständischen Medienunternehmen fördern sowie die internationale Profilierung des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen intensivieren. Es werden Unternehmen und wissenschaftliche Einrichtungen gefördert, die eigene Initiative zeigen und dies durch finanzielle Eigenbeteiligungen auch dokumentieren.

3. Gegenstand des Wettbewerbs

Der Wettbewerb Medien.NRW fördert Ideen zur Entwicklung innovativer und konvergenzorientierter Geschäftsmodelle, die sich durch herausragende strategische Wirkungspotenziale entlang der Wertschöpfungsketten im Mediencluster auszeichnen. Im Mittelpunkt der Förderung stehen vorrangig die Vorhaben in Nordrhein-Westfalen, die neuartige Konzepte in marktgerechte, zukunftsfähige Produkte überführen sowie Konvergenz und Vernetzung in der Medienbranche stimulieren.

3.1 Förderschwerpunkt Mobile Media

Der Markt für mobile Inhalte und Dienste zählt zu den wachstumsstärksten Segmenten im Internet. Mobile Media gewinnt immer mehr an Bedeutung und beeinflusst zunehmend die Geschäftsentwicklung in den Medienunternehmen. Noch sind die „Claims“ in diesem Teilmarkt nicht verteilt. Die Unternehmen der nordrhein-westfälischen Medienwirtschaft haben große Chancen, sich im Markt für Mobile Media nachhaltig zu positionieren und das volle Potenzial der modernen digitalen Technologien auszuschöpfen.

Der Förderwettbewerb sucht daher innovative Projekte und Konzepte zur Entwicklung neuer Wertschöpfungsmöglichkeiten der Mobile Media.

Die Kernthemen sind zum Beispiel:

- Mehrwertapplikationen zur Steigerung des Datenverkehrs (z.B. analog zu Smartphone-Applikationen)
- tragfähige Geschäftsmodelle für Location-Based-Services
- neue Wertschöpfungsmöglichkeiten im Mobile-Marketing (u. a. erfolgsbasierte Werbung)
- Ausschöpfung von Mobile-Media-Potenzialen für die Content-Produzenten

Die Leitfragen lauten:

- Wie lassen sich in diesem Bereich neue Geschäftsmodelle erschließen?
- Welche Potenziale bietet Mobile Media für Content-Produzenten?
- Welche Wertschöpfungspotenziale bieten sich im Mobile-Marketing?



3.2 Förderschwerpunkt Online-Content und -Geschäftsmodelle

Ein großer und zunehmend wachsender Teil des klassischen, analogen Informations- und Unterhaltungskonsums hat sich inzwischen ins Internet verlagert. Bisher ist es den arrivierten Medienunternehmen nur bedingt gelungen, den Vertrieb ihrer Inhalte über konventionelle Distributionswege zu einem monetären Äquivalent ins Digitalgeschäft zu übertragen.

Für viele Unternehmen der Branche, insbesondere für Print und TV, ist das Thema „Paid Content“ aufgrund mangelnder Zahlungsbereitschaft im Web nach wie vor ein Dilemma. Bis dato werden in vielen Fällen Inhalte im Internet durch korrespondierende Online-Werbeerlöse quersubventioniert, um die mitunter hohen Produktionskosten – zumindest teilweise – zu finanzieren.

Im Mittelpunkt des Förderschwerpunkts stehen daher Vorhaben zur Entwicklung wirtschaftlich tragfähiger Geschäftsmodelle mit innovativen Produkten und Diensten im Internet.

Die Kernthemen sind zum Beispiel:

- Entwicklung wirtschaftlich tragfähiger Erlösmodelle zur Erhöhung der Absatzpotenziale digitaler Produkte (Paid Content)
- Schaffung von „Rich-Data-Angeboten“ (veredelte Rohdaten): innovative Verzahnung von Qualitätsinhalten mit digitalen Zusatzleistungen (z. B. über Applikationen oder Datenbankverknüpfungen)
- Generierung alternativer Online-Erlösquellen jenseits von Online-Werbung und Bezahlinhalten

Die Leitfragen lauten:

- Wie können im Internet über neue Geschäftsmodelle Erlöse generiert werden?
- Wie können die Kompetenzen aus unterschiedlichen Teilbranchen der Medien zusammengeführt werden, um Innovationen zu ermöglichen?
- Welche Technologien, Produkte oder Dienste bieten hier Wachstumschancen?

3.3 Förderschwerpunkt Zeitung der Zukunft – Zukunft der Zeitung

Durch neue technologische Entwicklungen entstehen alternative Medienkanäle, neue Akteure dringen ohne Wettbewerbshürden in den klassischen Nachrichtenmarkt ein und setzen die Verlage unter Innovationsdruck. Die Zeitung durchlebt einen grundlegenden strukturellen Wandel, der zulasten des gedruckten Wortes und zugunsten digitaler Ausgabegeräte geht. Ganze Abonnement-Generationen wandern ins Internet ab, ebenso ein Teil des für Zeitungen überlebenswichtigen Anzeigengeschäfts.

In diesem Zusammenhang werden im Rahmen des Wettbewerbs Ideen und Projekte zur Neupositionierung der Zeitungen in der modernen Digitalwelt gefördert.

Die Kernthemen sind zum Beispiel:

- Neupositionierung der Zeitung im digitalen Medienzeitalter
- Generierung finanziell nachhaltiger Crossmedia-Geschäftsmodelle
- Digital-Angebote zur Rückgewinnung junger Leserzielgruppen
- Social-Media-Ansätze zur Integration der Rezipienten in die verlegerische Wertschöpfungskette
- Generierung neuer Erlösquellen im Zeitungsumfeld

Die Leitfragen lauten:

- Wie positionieren sich die Zeitungen im veränderten Wettbewerb?
- Wie können sie neue digitale Herausforderungen annehmen und ihre crossmedialen Möglichkeiten ausspielen?
- Wie kann die Zielgruppe junger Menschen – besser und nachhaltiger – erreicht werden?

3.4 Wildcard: Vorhaben außerhalb der Förderschwerpunkte

Einzelne Projekte können gefördert werden, auch wenn sie sich nicht den Schwerpunktthemen des Wettbewerbs zuordnen lassen. Voraussetzung für eine Förderung ist, dass das Projekt sich durch Medien- und Zukunftsorientierung auszeichnet sowie von herausragender oder vergleichbar großer Bedeutung für das Cluster Medien.NRW ist. Eine weitere Bedingung stellt die besondere Dringlichkeit dar. Vorhaben, die diese Punkte erfüllen, können analog zu den vorgenannten und folgenden Bedingungen am Wettbewerb teilnehmen.

Im Rahmen des Wettbewerbs wird großer Wert auf Nachhaltigkeit gelegt. Die Projekte sollen auch nach Ablauf der Förderung Perspektiven auf eine erfolgreiche wirtschaftliche Verwertung haben.

Projekt- und Konzeptförderung

Neben der Förderung konkreter Vorhaben (Projektförderung) ist auch die Förderung konzeptioneller Arbeiten (Konzeptförderung) in begrenztem Umfang möglich.

Bei der Projektförderung geht es in erster Linie um die Entwicklung von Pilotprojekten bis hin zur Marktreife. Die Grenzen für den einzelnen Projektpartner richten sich natürlich nach den gültigen beihilferechtlichen Bestimmungen.

Konzepte können mit bis zu 50.000 Euro bezuschusst werden. Bewerbungen für eine Konzeptförderung sind ebenfalls an den im Wettbewerbsaufruf aufgeführten Kriterien des NRW-EU Ziel 2-Programms und den wettbewerbs-spezifischen Themen auszurichten. So sollte auch hier unter anderem die Innovationsfähigkeit dargestellt und die spätere Umsetzung beziehungsweise Nachhaltigkeit realistisch beschrieben werden. Beispiele für eine solche spezielle Förderung wären notwendige Vorarbeiten zum Aufbau von Partner-netzwerken, Marktrecherchen oder Konzeptentwicklungen für große Koopera-tionsvorhaben.

4. Teilnahme

4.1 Teilnahmeberechtigung

Teilnahmeberechtigt sind, soweit sie ihren Sitz in Nordrhein-Westfalen haben:

- kleine und mittlere Unternehmen (KMU)¹ der gewerblichen Wirtschaft und freie Berufe,
- sonstige Unternehmen der gewerblichen Wirtschaft,
- Einrichtungen der technologischen und wissenschaftlichen Infrastruktur, Gemeinschaftseinrichtungen der Wirtschaft und der Arbeitnehmer,
- Universitäten, Fachhochschulen und Forschungseinrichtungen.

4.2 Teilnahmevoraussetzungen

- Das jeweilige Vorhaben muss thematisch, zeitlich und finanziell abgrenzbar sein und darf mit Ausnahme von Vorplanungen sowie Markt- und Mitbewerberanalysen vor Erteilung des Bewilligungsbescheids noch nicht begonnen worden sein (Projektförderung). Die maximale Förderdauer beträgt 24 Monate.
- Die Gesamtfinanzierung muss unter Einbeziehung der Eigenbeteiligung erkennbar gesichert sein.
- Das Projekt muss in Nordrhein-Westfalen durchgeführt und hauptsächlich verwertet werden.
- Kooperationsvorhaben, vor allem solche, die die Überführung von Forschungsaktivitäten und -ergebnissen in marktgerechte Produkte zum Gegenstand haben, werden grundsätzlich vorrangig gefördert. Die Partner müssen ihre Rechte und Pflichten in einem Kooperationsvertrag regeln, der vor Bewilligung vorliegen muss.
- Um die nötige Eigeninitiative der Akteure belegen zu können, muss im Rahmen der Projektskizzen dargelegt werden, wie sie nach Ablauf einer Förderung ohne weitere öffentliche Hilfen finanziert und weitergeführt werden sollen. Entsprechende Erklärungen der Akteure sind beizufügen.

¹ Ein KMU ist entsprechend der Empfehlung der EU-Kommission ein Unternehmen, das weniger als 250 Beschäftigte hat und einen Jahresumsatz von höchstens 50 Mio. Euro oder eine Jahresbilanzsumme von höchstens 43 Mio. Euro aufweist. Insgesamt dürfen sich höchstens unter 25 % des Kapitals oder der Stammanteile im Besitz eines oder mehrerer Unternehmen befinden, die den vorgenannten Voraussetzungen nicht entsprechen.

5. Auswahlkriterien

Die Auswahl erfolgt mithilfe eines Scoring-Verfahrens, bei dem jedes Vorhaben aufgrund einer Kriterienliste bewertet wird. Die Gesamtpunktzahl jedes Vorhabens bestimmt sich anhand der gewichteten Bewertungskriterien und der jeweils vergebenen Punkte und erlaubt das Ranking der eingereichten Projektvorschläge. Wenn ein spezifisches Kriterium nicht oder nur sehr eingeschränkt erfüllt wird, kann das Vorhaben – unabhängig von der Gesamtpunktzahl – abgelehnt werden.

Die Bewertungskriterien werden wie folgt gewichtet:

Beitrag zu den grundlegenden Zielen des NRW-EU Ziel 2-Programms	40 %
Beitrag zu den Querschnittszielen des NRW-EU Ziel 2-Programms	10 %
Beitrag zu den spezifischen Zielen des Wettbewerbs	50 %

Die Auswahlkriterien des Förderwettbewerbs orientieren sich an den strategischen Zielen des NRW-EU Ziel 2-Programms (EFRE) und an den wettbewerbsspezifischen Zielen. Bei einer Teilnahme am Wettbewerb ist zu den nachfolgenden Kriterien Stellung zu nehmen. Die Erfüllung dieser Kriterien sollte mit quantitativen beziehungsweise qualitativen Angaben unterlegt werden.

Die Gesamtfinanzierung eines Projekts erfolgt durch einen Eigenanteil der Projektpartner, aus der Zuwendung sowie eventuell durch weitere Drittmittel. Der Eigenanteil muss bereits zum Zeitpunkt der Einreichung der Projektskizze nachweislich (z. B. anhand der im Bewerbungsbogen enthaltenen Übersicht zur Vermögens- und Ertragslage) darstellbar sein.

Falls ausgehend vom Cashflow der letzten beiden Jahre die Finanzierung des Eigenanteils nicht als gesichert angesehen werden kann, müssen ergänzend weitere belastbare Unterlagen zu den Jahresabschlüssen beigefügt werden, aus denen die Möglichkeit der Sicherung des finanziellen Eigenanteils hervorgeht. Sollte diese Möglichkeit nicht plausibel dargestellt werden, kann dies – unabhängig von den anderen Bewertungskriterien – zu einer Ablehnung der Förderung führen.

5.1 Beitrag zu den grundlegenden Zielen des Ziel 2-Programms

- **Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit**

Hierunter wird die Verbesserung der Möglichkeiten für die Unternehmen verstanden, sich verstärkt auf überregionalen und internationalen Märkten zu positionieren. Dies wird maßgeblich durch Investitionen in neue Produkte und Verfahren erreicht, die zu einer Erhöhung der betrieblichen Produktivität und somit zu besseren Absatzchancen führen. Im Bewerbungsbogen muss deutlich werden, worin der spezifische Beitrag des Vorhabens liegt. Idealerweise sollten Lösungsweg, Projektziele und Verwertung überregionale Bedeutung haben und Synergien nutzen.

- **Verbesserung der Innovationsfähigkeit**

Alle Vorhaben müssen darauf zielen, die Innovationskraft von Unternehmen zu erhöhen. Innovationen sind als Umsetzung von neuen Ideen am Markt zu verstehen. Diese können sich auf Produkte, Produktionsprozesse und organisatorische Verfahren beziehen. Sie können technologische, organisatorische, logistische, finanz- und personalwirtschaftliche, vermarktungsrelevante und design-orientierte Neuerungen und deren Durchsetzung am Markt umfassen. Die jeweiligen Beiträge und vor allem die Marktgängigkeit müssen eindeutig herausgearbeitet werden.

- **Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen**

Die Projekte sollen direkt zur Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen und/oder bestehende sichern. Bei Vorhaben, die nicht kurzfristig dazu beisteuern, soll der mittel- bis langfristige Anteil daran deutlich werden. Die Arbeitsplatzeffekte sollten quantifiziert und – so möglich – geschlechterspezifisch differenziert werden.

5.2 Beitrag zu den Querschnittszielen des Ziel 2-Programms

- **Unterstützung der Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung**

Ein wichtiges Querschnittsziel des NRW-EU Ziel 2-Programms ist die Gleichstellung von Mann und Frau. Falls möglich, ist deshalb darzustellen, inwieweit durch das Vorhaben entsprechende Effekte erzielt werden können. Je nach Projektgegenstand sind aktive Maßnahmen, die den Zugang von Frauen zu qualifizierten Beschäftigungsmöglichkeiten erleichtern, ebenso denkbar wie die Schaffung geeigneter Voraussetzungen und Strukturen, die ein familienfreundliches Arbeiten ermöglichen.

- **Unterstützung der umweltgerechten Entwicklung**

Ökologische Nachhaltigkeit und Auswirkungen des Vorhabens auf die Umwelt sind darzustellen, z. B. durch den Ressourcen schonenden Einsatz von Rohstoffen oder Energie, die Reduzierung von Emissionen oder die Vermeidung umweltschädlicher Stoffe. Im Wettbewerbsbeitrag sollte deutlich werden, wie infolge des Förderprojekts Synergien zwischen Umweltschutz und Wettbewerbsfähigkeit entstehen können.

5.3 Beitrag zu den spezifischen Zielen und Kriterien des Wettbewerbs

- **Zukünftiges Wertschöpfungspotenzial des Vorhabens (30 %)**

Mit dem zweiten Förderwettbewerb Medien sollen insbesondere Vorhaben gefördert werden, die zu einer nachhaltigen Ausweitung des digitalen Wertschöpfungsanteils im Cluster Medien und zur Stärkung der Wertschöpfungskette insgesamt führen.

In Bezug auf die „Ausweitung des digitalen Wertschöpfungsanteils“ bewertet die Jury u. a. folgende Kriterien positiv:

- Abdeckung heutiger beziehungsweise zukünftiger Nutzeranforderungen
- Nachhaltige Vergrößerung von Cross-Media-Potenzialen
- Erzielung signifikanter quantitativer Wachstumspotenziale (Erlöse, Traffic, ...)
- Schaffung vertikaler beziehungsweise horizontaler Partnerpotenziale (das Vorhaben bedingt die Zusammenarbeit mehrerer konvergenter Unternehmen)
- Erzielung von nachhaltigen Wettbewerbsvorteilen gegenüber nicht in Nordrhein-Westfalen ansässigen Unternehmen
- Entwicklung innovativer Web-Technologien, auf deren Basis eine Vielfalt neuer New-Media-Geschäftsmodelle entstehen kann
- Schaffung neuer Ansätze für Auswege aus dem „Paid-Content-Dilemma“ (z. B. über „Rich-Media-Modelle“)

Die ausgewiesenen Potenziale sollten durch aktuelle Entwicklungen im Markt und/oder durch empirisch erhärtete oder gut analysierte Nutzungswünsche der Konsumenten belegt werden. Das Wertschöpfungspotenzial des Umfelds sowie das spezifische Wertschöpfungspotenzial des Vorhabens sollten auch quantitativ verdeutlicht werden.

- **(Standort-)Relevanz (20 %)**

Über den Projekterfolg hinaus soll das Vorhaben relevant für den Medienstandort Nordrhein-Westfalen sein. Die Projekte sollen auf den Mediensektor ausstrahlen und erhebliche Effekte auf die Medienlandschaft in Nordrhein-Westfalen belegen können: Dazu gehören zum einen die Standortvorteile, die dieses Vorhaben generiert, zum anderen Wissens- und Know-how-Transfer zum Nutzen der Medienwirtschaft und zur Stärkung der Innovationsfähigkeit des Medienstandortes Nordrhein-Westfalen.

6. Projektauswahl durch die Jury

Die eingegangenen Projektskizzen werden auf der Basis der o. a. Auswahlkriterien in rechtlicher, wirtschaftlicher und gegebenenfalls technologischer Hinsicht geprüft und bewertet. Die unabhängige Jury schlägt der Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen und dem Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen als Abschluss der Wettbewerbsphase eine Auswahl förderungswürdiger Projekte für das Antragsverfahren vor.

Die Jury setzt sich zusammen aus:

Dr. Udo Becker	Zeitungsverlegerverband Nordrhein-Westfalen e. V. Geschäftsführer
Friederike Behrends	WDR Mediagroup Digital GmbH Geschäftsführerin
Prof. Dr. Stephan Böhm	Hochschule RheinMain Professur für Telekommunikation/Mobile Media
Arndt Groth	Bundesverband der Digitalen Wirtschaft (BVDW) Präsident Adconion Group President Europe
Florian Koch	Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) Bereichsleiter Digitale Medien & E-Dienste
Kai Röffen	Art Directors Club Deutschland Vorstand TBWA Düsseldorf Executive Creative Director, Managing Director
Michael Rzesnitzek	OC&C Strategy Consultants Partner

Bei der Beurteilung der Wettbewerbsbeiträge wird besonderer Wert auf die Art und Qualität der Kooperation gelegt. Hier werden kooperative Trägerstrukturen zwischen mehreren Partnern (branchenübergreifend organisierte Trägerstrukturen) bevorzugt.

Die Projektskizzen sollen der Jury ein qualifiziertes Votum ermöglichen. In ihnen sind das Konzept zur praktischen Umsetzung des Vorschlags und Angaben zu den Vorhabenskosten und der Finanzierung darzustellen sowie die einzelnen Arbeitsschritte zu beschreiben.

Die Jury wählt grundsätzlich nur Vorhaben aus, bei denen eine Teilnehmerin oder ein Teilnehmer des Wettbewerbs alle erforderlichen Nachweise eingereicht hat.

Die Jurysitzung findet am 25. und 26. Februar 2010 statt. Die beteiligten Ressorts der Landesregierung und die relevanten Bereiche der NRW.BANK können mit beratender Stimme der Jurysitzung beiwohnen.

Am ersten Tag der Jury-Sitzung findet eine Vorauswahl aller von der Jury als grundsätzlich förderungswürdig erachteten Vorhaben (Shortlist) statt. Alle Vorhaben auf der Shortlist werden für den zweiten Tag der Jurysitzung zu Kurzpräsentationen vor der Jury („Elevator Pitch“, 3 Minuten pro Projekt) eingeladen. Die Verantwortlichen der hierfür ausgewählten Wettbewerbsbeiträge werden durch die NRW.BANK telefonisch informiert. Notwendig ist daher die Mitteilung einer Telefonnummer, unter der ein Vertreter des Wettbewerbsbeitrags am 25. Februar 2010 zu erreichen ist.

Der Elevator Pitch findet am 26. Februar 2010 statt. Mit der Präsentation ist keine Prämierung verbunden. Die endgültige Entscheidung über eine Förderempfehlung erfolgt mit einem zusammenfassenden Jury-Votum am selben Tag.

Bei gleicher Bewertung werden diejenigen Vorhaben vorrangig prämiert, die den in der Vorbemerkung zum NRW-EU Ziel 2-Programm genannten Querschnittszielen am besten Rechnung tragen.

Die von der Jury für das Antragsverfahren ausgewählten Projektteilnehmer werden durch die Jury und die Staatskanzlei des Landes Nordrhein-Westfalen oder gegebenenfalls über die NRW.BANK informiert.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Wettbewerbs erklären sich im Fall einer positiven Juryentscheidung einverstanden, dass ihre Namen und ihre Vorhaben durch die beteiligten Ressorts der Landesregierung veröffentlicht werden.

7. Einreichen der Wettbewerbsbeiträge

Ab sofort bis spätestens zum 31. Dezember 2009 können Wettbewerbsbeiträge postalisch bei der NRW.BANK eingereicht werden. Es gilt das Datum des Poststempels.

Das Juryverfahren mit der Auswahl von Projektskizzen für das förmliche Antragsverfahren endet am 26. Februar 2010. Die anschließende Antrags- und Förderphase beginnt Anfang März 2010.

Die Projektskizzen sind ungebunden, ungeheftet und einseitig bedruckt zu senden an:

NRW.BANK
Projektbüro Medien.NRW
Kavalleriestraße 22
40213 Düsseldorf

Tel.: + 49 (0) 211 91741-7212
Fax: + 49 (0) 211 91741-747213
E-Mail: medien.nrw@nrwbank.de
Internet: www.nrwbank.de/medienwettbewerb

7.1 Ihre Ansprechpartner

Die Organisation und Durchführung des Förderwettbewerbs übernimmt die NRW.BANK. Das Team des Projektbüros Medien.NRW steht allen Interessenten gerne zur Verfügung – ob bei Fragen zum Wettbewerbsverfahren, zu den Fördersätzen oder auch bei weitergehendem Informationsbedarf im Vorfeld der Einreichung der Wettbewerbsbeiträge.

Auskünfte erteilen Ihnen
Bettina Eyckeler und **Michael Wucherpfennig**
über die **Telefon-Hotline: + 49 (0) 211 91741-7212**
(Mo.-Fr. von 9.00 bis 16.30 Uhr).

Weiterhin ist hier auch die Terminabsprache für ein individuelles Informationsgespräch möglich.

Tipps

Bei konkreten Fragen wird eine **Kontaktaufnahme** mit dem Projektteam der NRW.BANK (Verfahrensfragen/fördertechnische Fragen) beziehungsweise dem Clustermanagement Medien.NRW (inhaltliche Fragen) empfohlen.

Die **Präsentationen aus den Informationsveranstaltungen** zum zweiten Wettbewerb Medien.NRW stehen unter **www.mbem.nrw.de/medienwettbewerb** für den Download bereit.

Die **Studie zum ersten Wettbewerb Medien.NRW** beinhaltet auch eine Übersicht der Siegerprojekte. Sie steht im Internet unter **www.mbem.nrw.de/mediendownload** zur Verfügung.

7.2 Zeitplan des Wettbewerbs Medien.NRW

Start des Wettbewerbs	1. Oktober 2009
Eingangsfrist der Wettbewerbsbeiträge (es gilt der Poststempel)	31. Dezember 2009
Vorauswahl Jurysitzung/ Shortlist für Projektpräsentationen	25. Februar 2010
Projektpräsentationen vor der Jury/Auswahl der Wettbewerbsbeiträge, die zur Förderung empfohlen werden	26. Februar 2010
Bekanntgabe der Siegerprojekte, Antragstellung und Start der Bewilligungsphase	Anfang März 2010

Der Wettbewerb wird in zwei Stufen durchgeführt. In der ersten Stufe erstellen die Interessenten unter Verwendung des standardisierten **Bewerbungsbogens** einen Wettbewerbsbeitrag, der das geplante Vorhaben beschreibt und Beiträge zu definierten Fragestellungen enthält. Eine Modifizierung der offiziell im Wettbewerb eingereichten Beiträge ist nicht mehr möglich. In der zweiten Stufe können die zur Förderung empfohlenen Projekte formgerechte Förderanträge stellen. Die Finanzierung eines Eigenanteils der Projektpartner muss gesichert sein.

8. Ausarbeitung der Wettbewerbsbeiträge

Der Jury werden ausschließlich solche Vorhaben zur Bewertung vorgelegt, die dem Gegenstand und den Zielen des Wettbewerbs entsprechen. **Nähere Informationen zu den erforderlichen Angaben enthalten der Bewerbungsbogen und das zugehörige Merkblatt** (Download unter www.mbem.nrw.de/medienwettbewerb oder www.ziel2.nrw.de).

Um die Vergleichbarkeit der Projektskizzen beziehungsweise der Konzeptskizzen herzustellen, ist der standardisierte Bewerbungsbogen für die Wettbewerbsteilnahme obligatorisch zu verwenden.

Bei Projektvorschlägen, in die mehrere Partner eingebunden werden sollen, ist dieser Verbund bereits im Wettbewerbsbeitrag in einer weitgehend verbindlichen Form darzustellen. Der Bewerbung ist eine Absichtserklärung der Verbundpartner („Letter of Intent“) oder der Entwurf eines Kooperationsvertrags beizufügen.

Der Bewerbungsbogen

Der Bewerbungsbogen folgt diesem Aufbau:

1. Überblick über das geplante Projekt
2. Angaben zum Antragsteller und zu den Projektpartnern
3. Projektbeschreibung
4. Beitrag des Projekts zu den grundlegenden Zielen des NRW-EU Ziel 2-Programms
5. Beitrag des Projekts zu den Querschnittszielen des NRW-EU Ziel 2-Programms
6. Beitrag des Projekts zu den spezifischen Zielen und Kriterien des Wettbewerbs
7. Finanzierungsüberblick
8. Anhänge
 - 8.1 Arbeits-, Zeit- und Ausgabenplan
 - 8.2 Erlös- und Geschäftsplan
 - 8.3 Erklärung zur Beihilfefreiheit
 - 8.4 Vermögens- und Ertragslage
 - 8.5 Letter of Intent
 - 8.6 Erklärung zur Sicherstellung der Gesamtfinanzierung
 - 8.7 Kurzpräsentation des Projekts
9. Sonstige Angaben und Erklärungen

Die Kurzpräsentation (zum Beispiel im MS-PowerPoint-Format, maximal 5 Folien, Schriftgröße mindestens 14 Punkt) soll eine kompakte Darstellung des Wettbewerbsbeitrags beinhalten. Weitere Informationen hierzu bieten Bewerbungsbogen und Merkblatt.

Nach Übersendung der Wettbewerbsbeiträge werden diese fachlich und kaufmännisch begutachtet. Die unabhängige Jury entscheidet abschließend, welche Projekte der Staatskanzlei und dem Ministerium für Wirtschaft, Mittelstand und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen zur Antragstellung empfohlen werden.

9. Informationen zum anschließenden Antrags- und Bewilligungsverfahren

Für die durch die Jury ausgewählten Wettbewerbsteilnehmer schließt sich das reguläre Antrags- und Bewilligungsverfahren an. Bei Verbundvorhaben müssen die Partner ihre Rechte und Pflichten zur Erfüllung des Zuwendungszwecks in einem Kooperationsvertrag regeln. Die Antragsunterlagen sind bis zum 30. April 2010 bei der NRW.BANK (Bewilligungsbehörde) einzureichen. Den Antragstellern wird hierzu eine qualifizierte Beratung angeboten.

Die Förderungen sollen durch Zuwendungen mit Mitteln des Operationellen Programms (EFRE) für das Ziel „Regionale Wettbewerbsfähigkeit und Beschäftigung“ des NRW-EU Ziel 2-Programms (2007–2013) nach folgenden Förderrichtlinien erfolgen:

- nach Maßgabe der §§ 23 und 44 LHO und den dazu ergangenen Verwaltungsvorschriften,
- nach der Förderrichtlinie Forschung, Innovation und Technologie (FIT),
- nach der Verordnung (EG) Nr. 1998/2006 der Kommission vom 15. Dezember 2006 über die Anwendung der Artikel 87 und 88 EG-Vertrag auf „De-minimis“-Beihilfen.

Die Förderrichtlinien sind unter www.mbem.nrw.de/medienwettbewerb und unter www.ziel2.nrw.de abrufbar.

Die genannten Vorschriften gelten in Verbindung mit dem Gemeinschaftsrahmen für staatliche Beihilfen für Forschung, Entwicklung und Innovation der Europäischen Union, den Verordnungen (EG) Nr. 1083/2006 vom 11. Juli 2006, Nr. 1080/2006 vom 5. Juli 2006 und Nr. 1928/2006 vom 8. Dezember 2006. Für alle genannten Vorschriften gilt die jeweils zum Zeitpunkt der Bewilligung gültige Fassung. Darüber hinaus können nach Ziffer 4.2 der Mitteilung der EU-Kommission – vorübergehender Gemeinschaftsrahmen für staatliche Beihilfen zur Erleichterung des Zugangs zu Finanzierungsmitteln in der gegenwärtigen Finanz- und Wirtschaftskrise – Amtsblatt der EU Nr. L 16 vom 22. Januar 2009 „Kleinbeihilfen“ gewährt worden sein (beispielsweise im Rahmen der „Bundesregelung Kleinbeihilfen“).

Ein Rechtsanspruch auf Förderung besteht erst mit dem Bewilligungsbescheid. Der Zuwendungsgeber entscheidet auf der Basis der o. a. Förderrichtlinien im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel. Die Förderung erfolgt im Wege der Ausgabenerstattung nach der Vorlage von Belegen für tatsächlich getätigte Ausgaben. Antragsteller erklären sich im Fall der Förderung mit der Aufnahme in das öffentliche Verzeichnis der Begünstigten gemäß Art. 6 und 7 der VO EG Nr. 1828/2006 einverstanden. Zuwendungsbescheide werden nach den jeweils zum Zeitpunkt der Bewilligung geltenden Bestimmungen der vorgenannten Förderrichtlinien oder ihrer Nachfolgeregelungen erteilt.