

Petra Geschwandtner-Andreß

Medienwirtschaft in Köln

Theoretische Erklärungsansätze
und politische Bestimmungsfaktoren
eines regionalen Produktionsclusters Medien*

Abbildungsverzeichnis.....	VI
Tabellenverzeichnis	VI
Abkürzungsverzeichnis	VII
Danksagung.....	VIII
1. Einleitung.....	1
1.1. Fragestellung.....	1
1.2. Methoden und Quellen	1
2. Definitionen und Abgrenzungen	3
2.1. Medienwirtschaft.....	3
2.2. Abgrenzung der Region Köln.....	4
2.3. Definition „Regionales Produktionscluster Medien“	4
3. Die Medienwirtschaft als regionales Produktionscluster Medien in Köln	7
3.1. Darstellung des Medienclusters.....	7
3.2. Wirtschaftliche Bedeutung.....	10
4. Theoretische Erklärungsansätze	13
4.1. Allgemeines	13
4.2. Die Polarisierungstheorie.....	13
4.2.1. Einordnung der Theorie	13
4.2.2. Annahmen der Theorie	14

* Die vorliegende Arbeit wurde 1998 von Prof. Dr. Rolf Stemberg als Diplomarbeit an der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln im Fach Wirtschafts- und Sozialgeographie angenommen.

4.2.3. Aussagen der Theorie.....	14
4.2.4. Kritische Würdigung.....	17
4.2.5. Anwendung der Theorie auf das Mediencluster in Köln.....	17
4.2.5.1. Übertragbarkeit der Annahmen.....	17
4.2.5.2. Übertragbarkeit der Aussagen.....	17
4.2.5.3. Schwächen der Theorie bezüglich des Untersuchungsgegenstandes.....	19
4.2.6. Fazit.....	20
4.3. Theorieansatz der Innovativen Milieus und Netzwerke.....	20
4.3.1 Einordnung der Theorie.....	20
4.3.2. Annahmen der Theorie.....	22
4.3.3. Aussagen der Theorie.....	22
4.3.4. Kritische Würdigung.....	24
4.3.5. Anwendung der Theorie auf das Mediencluster in Köln.....	25
4.3.5.1. Übertragbarkeit der Annahmen.....	25
4.3.5.2. Übertragbarkeit der Aussagen.....	27
4.3.5.3. Schwächen des Theorieansatzes bezüglich des Untersuchungsgegenstandes.....	30
4.3.6. Fazit.....	30
5. Politische Bestimmungsfaktoren.....	31
5.1. Allgemeine Bestimmungsfaktoren.....	31
5.2. Die Rolle des Landes NRW.....	32
5.2.1. Gründe für die Medienpolitik des Landes NRW.....	33
5.2.2. Träger der Medienpolitik des Landes NRW.....	33
5.2.3. Ziele des Landes NRW.....	33
5.2.4. Strategien des Landes NRW.....	34
5.2.5. Instrumente des Landes NRW.....	35
5.2.5.1 Das Medienforum NRW.....	35
5.2.5.2. Die Filmstiftung NRW.....	36
5.2.5.3. Das Multimedia Support Center.....	37
5.2.6. Erfolgskontrolle.....	38
5.3. Die Rolle der Stadt Köln.....	39
5.3.1. Gründe für die Medienpolitik in Köln.....	39
5.3.2. Träger der Medienpolitik in Köln.....	39
5.3.3. Ziele der Medienpolitik in Köln.....	40



5.3.4. Strategien der Medienpolitik in Köln.....	40
5.3.5. Instrumente der Medienpolitik in Köln	42
5.3.5.1. Der Media Park.....	42
5.3.5.2. Das Gewerbegebiet Ossendorf	43
5.3.5.3 Das Coloneum.....	44
5.3.6. Erfolgskontrolle	45
5.4. Die Rolle der Stadtparkasse Köln	46
5.4.1 Gründe für die Medienpolitik der Stadtparkasse Köln	46
5.4.2. Ziele der Stadtparkasse Köln	46
5.4.3. Strategien der Stadtparkasse Köln.....	47
5.4.4. Instrumente der Stadtparkasse Köln	47
5.4.5. Erfolgskontrolle	48
5.5. Die Rolle der Stadt Hürth.....	49
5.5.1. Gründe für die Medienpolitik in Hürth.....	49
5.5.2. Träger der Medienpolitik in Hürth.....	50
5.5.3. Ziele der Stadt Hürth.....	50
5.5.4. Strategien und Instrumente der Stadt Hürth.....	51
5.5.5. Erfolgskontrolle	51
6. Fazit.....	53
Literatur.....	55
Anhang.....	63
Definition der Medienwirtschaft I.....	63
Definition der Medienwirtschaft II.....	64
Experten- bzw. Hintergrundgespräche	65
Fragebogen für die Leitfaden-Gespräche auf dem Medienforum NRW 1998.....	66
Liste der Gesprächspartner auf dem Medienforum NRW 1998	67
Chronik des Kölner Medienclusters	68
Die Struktur der Kölner Medienlandschaft	70



Abbildungsverzeichnis

Nr.	Inhalt	Seite
1	Produktionskette der Produktgruppe Medienwirtschaft.....	6
2	Geographische Darstellung des Medienclusters im Kammerbezirk der IHK Köln.....	8
3.	Schematische Darstellung des Produktionsclusters Medien in Köln ...	10

Tabellenverzeichnis

Nr.	Inhalt	Seite
1	Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Medienwirtschaft in Köln und NRW.....	11
2	Anzahl und steuerbarer Umsatz der Medienunternehmen im Kammerbezirk der IHK Köln und in NRW	12