

media NRW -

**Studie für eine zukunftsorientierte Wirtschafts-, Technologie- und
Strukturpolitik für Nordrhein-Westfalen**

im Auftrag des Ministeriums
für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr
des Landes Nordrhein-Westfalen

Prof. Dr. Bernd-Peter Lange
(Auftragnehmer)
Anette Baron
Annette Hillebrand

Europäisches Medieninstitut e.V.,
Düsseldorf

Dr. Clemens Grosche
(Auftragnehmer)
Kai Sterzenbach

Matrix GmbH / Medienwirtschaftliche
Beratungsgruppe, Düsseldorf

Düsseldorf, Juli 1995

Gliederung:

Seite:

Einleitung	5
1. Rahmenbedingungen und Zielsetzung einer Initiative zur Förderung von "Multimedia" in Nordrhein-Westfalen	7
1.1 Technische und ökonomische Rahmenbedingungen	7
1.2 Wirtschaftliche Ziele der Landesinitiative	15
2. Strategische Bedeutung der Medienwirtschaft in Nordrhein-Westfalen und der Landesinitiative <i>media NRW</i>	17
2.1 Gestaltung der Medien- und Kommunikationswirtschaft in NRW	17
2.2 Nationale, europäische und internationale Perspektiven	18
2.3 Ordnungspolitik / Infrastrukturpolitik	20
2.4 Gesellschaftliche Bedeutung und berufliche Qualifizierung	22
2.5 Handlungsbedarf für den politischen Entscheidungsträger	24
3. Ergebnisse und Empfehlungen der Auftragnehmer	26
3.1 Vorgehensweise und Positionen der großen Marktbeteiligten	27
3.2 Relevanz der Initiative aus Sicht der Betroffenen - eine Querschnittanalyse aus Sicht von mittelständischen Unternehmen	34
3.3 Gesprächskreise und Arbeitsgruppen: Einrichtung einer Kommunikationsplattform in NRW	45
3.4 Projektvorschläge für die Landesinitiative <i>media NRW</i>	49
3.4.1 Infrastrukturprojekte	56

3.4.2	Marktöffnungsprojekte	60
3.4.3	Marktentwicklungsprojekte	84
3.4.4	Ergänzende Einzelprojekte - Förderprojekte für die Entwicklung von Technik und Anwendungen bei kleinen und mittelständischen Unternehmen	92
3.5	Begleit- und Gestaltungsforschungsprojekte	95
3.6	Studien	97
4.	Struktur und Funktionen der Landesinitiative	100
4.1	Herausforderungen an die Landesinitiative <i>media NRW</i> und ihre Funktionen	100
4.2	Vorschläge zur Struktur von <i>media NRW</i>	105
	ANHANG	109
	Anhang A) Strategische Bedeutung der Landesinitiative <i>media NRW</i> - Positionspapier des Ministeriums für Wirtschaft und Mittelstand, Technologie und Verkehr NRW	
		111
	Anhang B) Gesprächsleitfaden für Experteninterviews	
		125
	Anhang C) Fragebogen für die schriftliche Erhebung bei Unternehmen und Verbänden	
		131