

Saarbrücken, 01. Juli 2005

## **Saarland – der Medienstandort der Zukunft?**

**Der Ergebnisbericht zur Studie "Medienstandort Saar(LorLux)", der vor rund zwei Monaten an die Landesmedienanstalt Saarland übergeben wurde, ist jetzt auch öffentlich verfügbar, und über die Webseite des Lehrstuhls ([www.orga.uni-sb.de](http://www.orga.uni-sb.de)) abrufbar.**

Lassen sich für Medienunternehmen im Saarland durch eine stärkere grenzüberschreitende Vernetzung mehr Entwicklungsmöglichkeiten eröffnen als bisher? Bestehen Synergien innerhalb der Medienwirtschaft des Saarlandes oder zwischen der Medienwirtschaft des Saarlandes, Lothringens und Luxemburgs? Weisen SaarLorLux oder alternativ das Saarland allein das Potenzial für einen tragfähigen Medienstandort auf? Christian Scholz, Professor für Betriebswirtschaftslehre an der Universität des Saarlandes, untersuchte in einem von der Landesmedienanstalt Saarland finanziell unterstützten Forschungsprojekt, ob im Grenzraum SaarLorLux Bausteine für einen betriebswirtschaftlich tragfähigen Medienstandort vorhanden sind.

Der bewusst ergebnisoffen gehaltenen Untersuchung wurde ein Standortmodell mit 20 Standortfaktoren zugrunde gelegt, die für einen wirtschaftlich tragfähigen Medienstandort notwendige Voraussetzung sind. Es wurde analysiert, wie stark diese Faktoren in der SaarLorLux Region ausgeprägt sind und ob sie sich grenzüberschreitend harmonisieren lassen. Die Ergebnisse lassen sich in fünf Punkten zusammenfassen:

- 1. Der „Medienstandort SaarLorLux“ ist betriebswirtschaftlich zur Zeit nicht tragfähig!**
- 2. Der „Medienstandort Saar“ ist realisierbar und wettbewerbsstrategisch sinnvoll!**
- 3. Die zentrale Notwendigkeit für einen Medienstandort Saar ist der gemeinsame Wille!**
- 4. Der Medienstandort Saarland verlangt veränderte Rahmenbedingungen!**
- 5. Die konsequente Ausrichtung auf Marktlösungen ist notwendig!**

Hierzu Scholz: „Eine wie von uns vorgeschlagene und stringent verfolgte Medienstandort-Strategie würde dem Saarland insgesamt die einmalige Chance bieten, den Konversionsprozess von Kohle&Stahl zum modernen Dienstleister noch zu intensivieren. Der Medienstandort Saar ist tatsächlich möglich – und durch seine Ausstrahlungswirkung wird er auch wieder SaarLorLux Wachstumsimpulse geben.“ Anders ausgedrückt: Als Strategie für die Großregion SaarLorLux kann nur in Frage kommen, die breite Entwicklung des Medienstandorts Saarland vorwärts zu tragen und dann die dadurch vom Saarland ausgehenden positiven Wirkungen und Verbundeffekte zu nutzen.

Umfangreiche Informationen zum Forschungsprojekt sind über die Projektwebseite erhältlich ([www.orga.uni-sb.de/forschung/medienstandort/](http://www.orga.uni-sb.de/forschung/medienstandort/)).

Lehrstuhl für Betriebswirtschaftslehre, insbes. Organisation, Personal- und Informationsmanagement, Universität des Saarlandes, Univ.-Prof. Dr. Christian Scholz, Tel: 0681 302-4120, E-mail: [scholz@orga.uni-sb.de](mailto:scholz@orga.uni-sb.de), [www.orga.uni-sb.de](http://www.orga.uni-sb.de)

Kontakt für weitere Informationen:

Tanja Bollendorf, Tel: 0681 302-4120, E-Mail: [tb@orga.uni-sb.de](mailto:tb@orga.uni-sb.de)