

Vorwort des wissenschaftlichen Projektleiters

Daß Leipzig Medienstadt ist, ist für viele Leipziger eine Selbstverständlichkeit. Die Stadt hat - neben ihrem Messegeschäft - insbesondere als Verlags-, Buch- und Buchhändlerstadt ein vielhundertjährige Tradition. Das Konzept einer Medienstadt Leipzig ist allerdings viel jünger. Waren es im Westen vor allem Berlin, München, Hamburg und Köln, die den Begriff „Medienstadt“ in der ersten Hälfte der achtziger Jahre als standortförderlichen Marketingbegriff entdeckten, sorgten engagierte Zirkel im Leipzig der Aufbruchstimmung nach der Wende für die Diskussion des Konzepts einer „Medienstadt Leipzig“. Bislang aber wußte niemand so recht, wie weit das Konzept, mit dem sich die Stadt Leipzig als Ziel rasch identifizierte, auch ökonomisch trägt. Anders ausgedrückt: es war klar, daß seit 1991 vieles eingestellt, manches verlorengegangen, daß gleichzeitig jedoch Neues entstanden war. Aber in welchen Dimensionen? Unklar blieb, ob das Ziel Medienstadt realistisch oder unsicher und wie breit das bisher entwickelte Fundament war.

Den - überfälligen - Anstoß für die Studie über den Medienstandort Leipzig gab die sächsische Staatskanzlei in Dresden, zusammen mit der Stadt Leipzig. Die Ergebnisse, mit denen nun erstmals „harte Daten“ vorliegen, sind ermutigend: 10 Prozent aller in Leipzig Beschäftigten verdienen im engeren Mediensektor ihr Geld, ein geschätzter Umsatz von 3 Milliarden DM im Jahr 1995 zeigt die Potenz dieses Wirtschaftssektors. Auch im Vergleich mit den großen Medienstädten kann Leipzig sich sehen lassen: Prozentual liegt Leipzigs Medienwirtschaft - gesehen vom Beschäftigtenanteil und der Anzahl von Medienunternehmen im oberen Mittelfeld. Ein absoluter Größenvergleich verbietet sich - zumindest mit den Millionenstädten - von selbst.

Die Ergebnisse der Studie zeigen, daß Leipzig auf dem richtigen Weg ist, auf diese zukunftssträchtige - und umweltfreundliche - Branche zu setzen. Nicht nur der „traditionelle“ Mediensektor mit Printmedien, Hörfunk, Fernsehen, Werbung und Marktkommunikation und Medienausbildung, der im Mittelpunkt dieser Untersuchung stand, sondern darüber hinaus der gesamte Informations- und Kommunikationssektor, der sich insbesondere durch die Entwicklungen im Telematikbereich (Zusammenwachsen bisher getrennter Medienbereiche, Computervernetzungen) entscheidend dynamisiert, wird zukünftig ein Motor für die gesamte Wirtschaftsentwicklung sein.

Es ist nicht zufällig, daß zwei Leipziger Medieninstitutionen diese Untersuchung durchgeführt und dabei gut kooperiert haben: das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig, dem ich als Hochschullehrer angehöre und das Institut für Marktforschung, Leipzig. Wichtig und notwendig wäre es, die Studie in regelmäßigen Abständen zu wiederholen, um über die Veränderungen des Medienstandorts Leipzig nicht nur spekulativ, sondern sachkompetent und fundiert diskutieren zu können.

Prof. Dr. Günter Bentele