



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

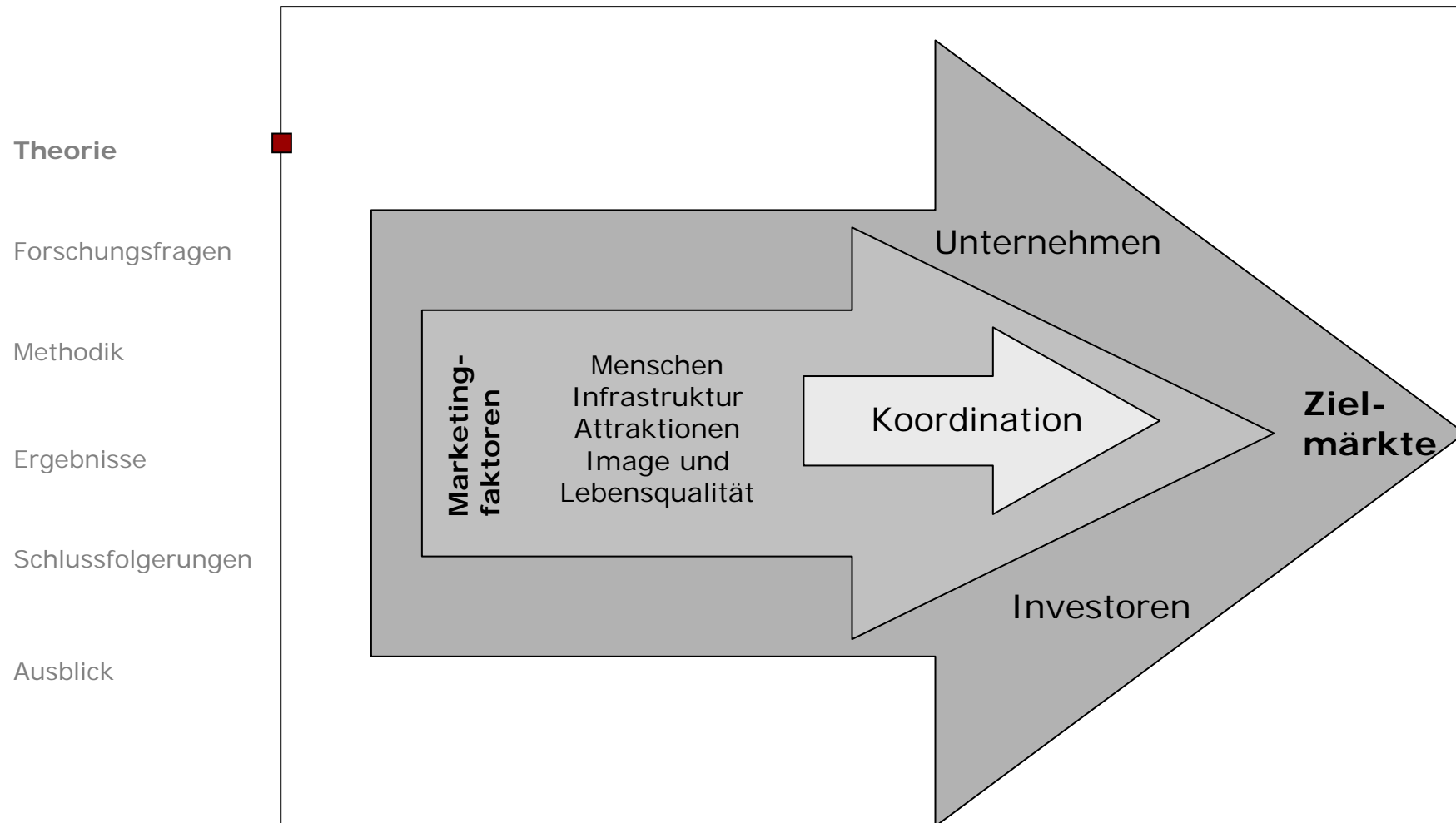
Kindermedienland Thüringen: Eine Standort- und Zielmarktanalyse

Prof. Dr. Andreas Will
Dipl.- Medienwiss. Ilka Siegmund

unter Mitarbeit von Martina Althaus, Marlyn Reichel,
Lydia Schneidewind, Ariane Seifert, Rafaela Tschöp

**Eine Studie im Auftrag der
Thüringer Staatskanzlei**

Ebenen des strategischen Marketings





Theorie

Forschungsfragen ■

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- Wie ist der Medienstandort Thüringen in Bezug auf die **Standortpolitik**, die **Leistungskernpolitik** und die **Rahmenbedingungen** aufgestellt?
- Wie bewerten Unternehmen und Experten die **Standortfaktoren**?
- Welche **Stärken** und **Schwächen** hat der (Kinder)-Medienstandort Thüringen?
- Welche **Schlussfolgerungen** lassen sich daraus ableiten, um zukünftige Standortaktivitäten rund um das Kindermedienland Thüringen optimal gestalten zu können?

Analysestufen



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

Standortanalyse
Erhebung von Sekundärdaten



Zielmarktanalyse
Befragung Thüringer Medienunternehmen
Befragung Thüringer Experten
Befragung Medienunternehmen anderer Medienstandorte
Befragung Experten anderer Medienstandorte



Leitfadeninterviews mit Thüringer Experten



Schlussfolgerungen



Infrastruktur:

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- **gute Verkehrsinfrastruktur**
- **eine der modernsten Informations- und Kommunikationsinfrastrukturen in Europa**
- **attraktiver Branchenmix**
- **zunehmende Bedeutung des Mediensektors**
- **Medienbranche geprägt durch viele klein- und mittelständige Unternehmen, neben Kika und MDR**
- **Kindermedienzentrum (MAGZ)**



Arbeitsmarkt:

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- **besonders junge Erwerbsbevölkerung**
- **hohes Qualifikationsniveau**
- **breites Spektrum an Aus- und Weiterbildungseinrichtungen**
- **Lohnkosten 79% des Bundesdurchschnitts**



Beratung & Finanzielle Förderung:

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- Landesentwicklungsgesellschaft (LEG)
- Thüringer Aufbaubank (TAB)
- Thüringer Landesmedienanstalt (TLM)
- Stiftung für Technologie, Innovation und Forschung Thüringen (STIFT)
- Mitteldeutsche Medienförderung (MDM)
- Thüringer Staatskanzlei (TSK)
- Fachministerien, IHK, Arbeitsagentur, ...



Medienbildung und –erziehung

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- **1996 Aufnahme der Vermittlung von Medienkompetenz in das Rundfunkstaatsgesetz**
- **Fortbildungsreihen im Bereich Medienbildung für Lehrer/innen**
- **Konzept zur Vermittlung von Medienkompetenz in Grundschulen**
- **Fach Medienkunde an Thüringer Schulen**
- **Neun „Medienstudiengänge“ an Thüringer Universitäten**



Medienprojekte und -veranstaltungen

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

- **Rundfunk und Film (Rabatz, Pixel-Fernsehen, TLM-Mediencamp, MDR-Figariono, ...)**
- **Print (Erfurter Kinderbuchtage, Lesescouts, ...)**
- **Internet (Erfurter Netcode, kindermedienstadt.de, ...)**

- **Kinderfilm-Festival „Goldener Spatz“**
- **Thüringer Mediensymposium**
- **Märchen- und Sagenfestival**
- **Kinderuni Ilmenau, ...**

Standortanalyse Thüringen: Rahmenbedingungen



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

KINDERUNI Ilmenau 2007
am: **13.6. 15.6. 20.6. & 22.6.**



Standortanalyse Thüringen: Rahmenbedingungen



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick



Zielmarktanalyse



		Thüringen	Deutschland
Theorie	Experten	<u>Zweistufig:</u> 1. Schriftliche postalische Befragung 2. Mündliche Befragung anhand eines auf den Ergebnissen beruhenden Leitfadeninterviews	Schriftliche postalische Befragung
Forschungsfragen			
Methodik	Unternehmen	Schriftliche postalische Befragung	Schriftliche postalische Befragung
Ergebnisse			
Schlussfolgerungen			
Ausblick			

Vergleich Thüringer Unternehmen & Experten



		Thüringen	Deutschland
Theorie	Experten	<u>Zweistufig:</u> 1. Schriftliche postalische Befragung 2. Mündliche Befragung anhand eines auf den Ergebnissen beruhenden Leitfadens Interviews	Schriftliche postalische Befragung
Forschungsfragen			
Methodik	Unternehmen	↓ Schriftliche postalische Befragung	Schriftliche postalische Befragung
Ergebnisse			
Schlussfolgerungen			
Ausblick			

Vergleich Thüringer Unternehmen & Experten



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

	Unternehmen	Experten
Alternative Standorte	Für 80% gab es keine alternativen Standorte.	100 % geben die „großen“ Medienstandorte an.
Wichtigste Standortfaktoren	<ul style="list-style-type: none">• Telekommunikationsinfrastruktur• Verfügbarkeit & Qualifikation der Arbeitskräfte• Lebensqualität am Ort	

Vergleich Thüringer Unternehmen & Experten



Theorie		Unternehmen	Experten
Forschungsfragen	Stärke des Medienstandortes	<ul style="list-style-type: none"> • Verkehrsinfrastruktur 	<ul style="list-style-type: none"> • KIKA • Nähe zu Universitäten • Höhe Lohn- und Gehaltskosten
Methodik			
Ergebnisse		<ul style="list-style-type: none"> • Telekommunikationsinfrastruktur • Verfügbarkeit von Gewerbeflächen • Lebensqualität am Ort 	
Schlussfolgerungen			
Ausblick	Alleinstellungsmerkmal des Kindermedienlandes	KIKA	

Vergleich Thüringer Unternehmen & Experten



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

	Unternehmen	Experten
Schwächen im Kindermedienland Thüringen	Schlechte Standortvermarktung	
Koordination für das Kindermedienland Thüringen	Förderinstitutionen bekannt, aber unklar, „wer den Hut auf hat“	

Vergleich Thüringen/andere Medienstandorte



		Thüringen	Deutschland
Theorie	Experten	<u>Zweistufig:</u> 1. Schriftliche postalische Befragung 2. Mündliche Befragung anhand eines auf den Ergebnissen beruhenden Leitfadeninterviews	Schriftliche postalische Befragung
Forschungsfragen			
Methodik			
Ergebnisse	Unternehmen	Schriftliche postalische Befragung	Schriftliche postalische Befragung
Schlussfolgerungen			
Ausblick			

Vergleich Thüringen/andere Medienstandorte



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick

	Thüringen	Deutschland
Aufmerksamkeit auf Standort	Wohnhaft am jeweiligen Standort	
Mediennutzung für Standortentscheidung	Internet	

Vergleich Thüringen/andere Medienstandorte



	Thüringen	Deutschland
Theorie		
Forschungsfragen		Image als Medienstandort (Köln)
Methodik		
Ergebnisse	Alleinstellungsmerkmal des Medienstandortes	KIKA
Schlussfolgerungen	Vermarktungsmöglichkeiten des Medienstandortes	Stadt oder Land
Ausblick		Stadt



		Thüringen	Deutschland
Theorie	Experten	<u>Zweistufig:</u> 1. Schriftliche postalische Befragung 2. Mündliche Befragung anhand eines auf den Ergebnissen beruhenden Leitfadeninterviews	Schriftliche postalische Befragung
Forschungsfragen			
Methodik	Unternehmen	Schriftliche postalische Befragung	Schriftliche postalische Befragung
Ergebnisse			
Schlussfolgerungen			
Ausblick			

Standortvermarktung: Stadt oder Land?



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

**Schluss-
folgerungen**

Ausblick



**Kindermedienland Thüringen mit Erfurt als
Anziehungspunkt für die Standortwahl**

Standortvermarktung: Fokussierung auf Kindermedien?



Kommunikation als Kindermedienland

Theorie

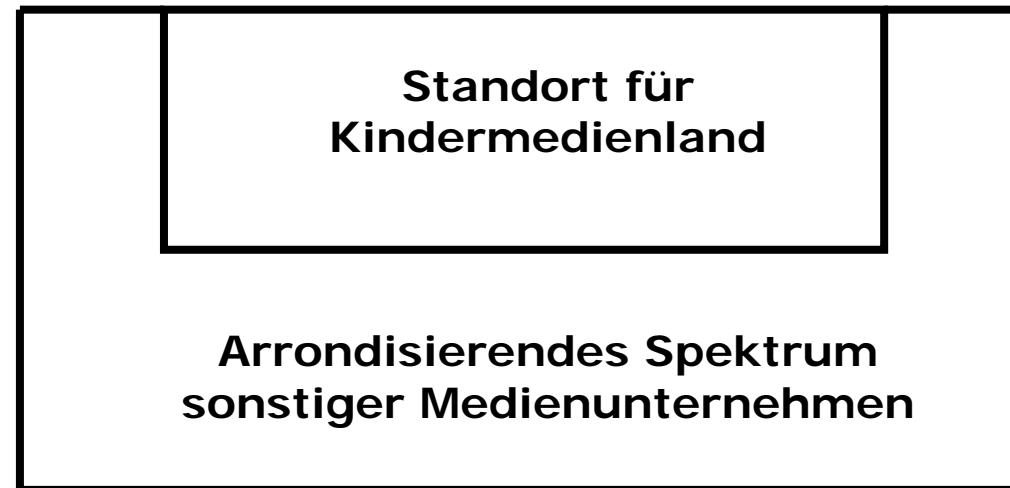
Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schluss-
folgerungen

Ausblick





Kommunikationsmaßnahmen des Kindermedienlandes

Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick



**externe
Medien-
unternehmen
ansprechen**



**Gründerszene
unterstützen**



**Förderung
bestehender
Unternehmen**



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

**Schluss-
folgerungen**

Ausblick



**Förderinstrumente und
Kommunikationsmaßnahmen
aufeinander abstimmen**



**Attraktivität für privates
Risikokapital schaffen**



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schluss-
folgerungen

Ausblick



Etablierung einer Institution zur Standortentwicklung

- Kurze Entscheidungswege
- Kompetenzbündelung in einer Hand
- Zügig aussagefähig
- Schnelle und verbindliche (auch finanzielle) Zusagen



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schluss-
folgerungen

Ausblick



**Zügige Ansiedlung von
Kindermedienunternehmen**



**Kritische Masse eines dann selbst
wachsenden Netzwerkes**



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schluss-
folgerungen

Ausblick



**Stärkere Kommunikation der
Kinderfreundlichkeit Thüringens**



**Verantwortung von Land, Kommunen und
Unternehmen**



Flankierende Medienangebote



Theorie

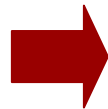
Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schluss-
folgerungen

Ausblick



**Fortentwicklung der Thüringer
Medienstudiengänge**



Maßnahmen zur Etablierung

- **berufsbegleitender Weiterbildung und**
- **nicht hochschulgebundener
Qualifizierung**

Das Kindermedienzentrum



Theorie

Forschungsfragen

Methodik

Ergebnisse

Schlussfolgerungen

Ausblick



Kampagne zum Standortmarketing



Theorie

„Komm ins Löwenland!“

Forschungsfragen

Methodik



Ergebnisse

[kindermedienland
THÜRINGEN.]

Schlussfolgerungen



Ausblick



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Kontakt:

Andreas Will:

Telefon: 03677-694708

andreas.will@tu-ilmenau.de

Ilka Siegmund

Telefon: 03677-694674

ilka.siegmund@tu-ilmenau.de