

Walter J. Schütz: Medienregion Stuttgart. Eine Bestandsaufnahme
Konstanz: Universitätsverlag 1993, 380 S., DM 48,-

Die Krise ist nicht für alle die Krise. Während traditionelle Industriebetriebe ins Wanken geraten, boomen High-Tech-Industrie und Medienbranche. Grund genug für eine Reihe von Großstädten, sich den einschlägigen Firmen als Medienstandorte zu empfehlen, um auf diese Weise neue wirtschaftliche Kapazitäten und Arbeitsplätze in der jeweiligen Region zu fördern. Längst ist es üblich, "Medien und deren Leistungen nicht vorrangig als Kulturgüter sondern als Wirtschaftsprodukte zu bewerten" (S.44). So schreibt der renommierte Publizistikwissenschaftler Walter J. Schütz in einer Forschungssynopse seines Buches: Medienpolitik als knallhart betriebene Standortpolitik. Galten bisher Hamburg und München als Favoriten, so schalten sich in letzter Zeit immer mehr Städte und Regionen in den Wettbewerb ein: neben Berlin, Frankfurt und Köln nun auch die "Medienregion Stuttgart".

Handbücher über Medienstandorte haben in diesem Kontext auch Werbewirkung. Im Auftrag der Industrie- und Handelskammer der Region Stuttgart eruiert Schütz jedoch nicht nur die Lage, sondern konturiert mit der "analytischen Betrachtung von Kommunikationsräumen" auch einen neuen Forschungsansatz, der von Kommunikationsatlanten bis zu Medienstadt-Analysen reicht. In der Region Stuttgart ortet er eine erstaunliche Fülle an Medienbetrieben, die allerdings vor allem im Printbereich angesiedelt sind. Die traditionsreiche Verlagsstadt Stuttgart beherbergt außer den Süddeutschen Rundfunk auch eine Reihe von Presse-, Film-, Musik-, Werbe- und

AV-Betrieben. Ebenso ist die medienbezogene Ausbildung, Lehre und Forschung in der Region gut vertreten: Neben der Filmakademie in Ludwigsburg gibt es einschlägige Aktivitäten auch an den Universitäten Stuttgart und Hohenheim, an verschiedenen Fachhochschulen für Druck und Gestaltung und last not least im "Haus des Dokumentarfilms".

Zwiespältig ist das von Schütz ermittelte Image der Medienregion Stuttgart. Die Stadt gilt zwar als wirtschaftlich aufstrebende und bedeutende schwäbische Metropole, der jedoch zugleich der Ruf des allzu Konservativen und Provinziellen anhaftet. Um so wichtiger ist es, daß die städtische Wirtschafts- und Kulturpolitik den "Medienstandort Stuttgart" aktiver fördert als bislang - eine Forderung, die insbesondere von der Industrie- und Handelskammer seit langem erhoben wird. In der Konkurrenz der "Medienstädte" kann Stuttgart bislang nur schwer mithalten. Schütz' Bestandsaufnahme mag immerhin dazu beitragen, die bislang eher unterschätzte Region auch für die Medienwirtschaft attraktiver zu machen. Auch den im Medienbereich Beschäftigten bietet es einen brauchbaren Überblick über die vielfältigen Betätigungsmöglichkeiten auf diesem Gebiet.

Peter Zimmermann (Köln/Stuttgart)