



Fakultät für Wirtschaftswissenschaften

Public Private Partnership in der Medienbildungspolitik

Ein Dual-Kooperatives Organisationsmodell als Realisierungsansatz einer Medienakademie als Instrument eines Bundeslandes zur Standortförderung seiner Medienwirtschaft – gezeigt am Beispiel Niedersachsen

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grads
des Doktors der Wirtschaftswissenschaften

(Dr. rer. pol.)

der Universität Paderborn

vorgelegt von

Marc von Osthoff, M.Sc.

Hameln, Juli 2008

Abstract Deutsch

Die deutsche Politik entdeckt zunehmend die Medienindustrie als Standortfaktor. Sowohl auf Bundes- als auch auf Landesebene wird aktiv um die Ansiedlung von Unternehmen aus der Medienwelt im Sinne einer herkömmlichen Standortpolitik geworben.

Ein wichtiger Aspekt hierbei, wie in allen personalintensiven Dienstleistungsbranchen, ist die standortnahe akademische Ausbildung qualifizierter Fachkräfte. Vorliegende Arbeit zeigt unter Würdigung aktuell angespannter, öffentlicher Haushalte einen Realisierungsansatz zur Gründung und zum Betrieb einer Medienhochschule als Stiftungsmodell im Rahmen eines Public Private Partnerships – exemplarisch am Beispiel des Bundeslandes Niedersachsen – auf.

Hierbei wird ein duales Ausbildungsmodell, gemeinsam getragen von der Öffentlichen Hand sowie den teilnehmenden Partnerunternehmen der Medienwirtschaft, entwickelt, wie es beispielsweise bereits von der dualen Ausbildung in Deutschland bekannt ist. Bei diesem „Dual-kooperativen Organisationsmodell“ werden sowohl aktuelle hochschulpolitische Entwicklungen wie der „Bologna-Prozeß“ als auch das „Niedersächsische Hochschuloptimierungskonzept“ (HOK) berücksichtigt. Hierbei baut die Arbeit auf eine vom Verfasser vorliegende Dissertation zuvor durchgeführte Studie für die Niedersächsische Staatskanzlei aus den Jahren 2003 bis 2004 auf, die im Rahmen eines von der nord-media GmbH – der Mediengesellschaft der Bundesländer Niedersachsen und Bremen – beauftragten Projektes Überlegungen anstellte, inwieweit und in welcher struktureller Form eine neu zu gründende Medienakademie am Standort Niedersachsen sinnvoll und darstellbar ist. Neben ökonomischen Fragestellungen fließen auch juristische Überlegungen in diese Arbeit mit ein.