

BILD-Lounge diskutiert +++ Hier sitzen die großen Sender – aber warum zieht's die Stars in andere Städte

Köln braucht noch mehr TOP-EVENTS

Köln – Medienstandort
 Köln. Sitz des größten öffentlich-rechtlichen Senders (WDR). Heimat des umsatzstärksten Privat-Senders Europas (RTL). Standort unzähliger Radio-Sender, Zeitungen, Zeitschriften. Hauptstadt der Spiele-Industrie. Sitz der größten TV-Produktionsfirmen (z.B. Brainpool TV, Grundy, MMC). Heimat vieler Tonstudios, Postproduktionen, Musik-Labels.
Was aber hat der Bürger am Ende von seiner Medienstadt? Der Presseball musste ausfallen, der „Deutsche Fernsehpreis“ findet als wichtigstes Glamour-Event in Ossendorf statt. Warum nicht im Zentrum? Fragen sich auch die BILD-Lounge-Teilnehmer. Hat die Stadt denn keinen Ehrgeiz, in der ersten Glamour-Liga mitzuspielen? Wo sind die Super-

stars aus Film und Fernsehen? In der Hauptstadt, in Hamburg, in München? Wie kann man Köln als Medienstandort erlebbarer machen? Neue Ansätze wurden bei der sechsten BILD-Lounge diskutiert...

stars aus Film und Fernsehen? In der Hauptstadt, in Hamburg, in München? Wie kann man Köln als Medienstandort erlebbarer machen? Neue Ansätze wurden bei der sechsten BILD-Lounge diskutiert...



Treffpunkt Airport: Bei der 6. BILD-Lounge stand Köln als Medienmetropole im Mittelpunkt



Gruppenbild mit Fernsehpreis! Die Verleihung ist Kölns einziges Promi-Schaulaufen



Sind wir eine Medienhauptstadt?

Monika Piel (WDR-Hörfunkchefin): München und Hamburg sind vor Köln. Ich bin beeindruckt, wie groß die Medienbandbreite bei uns ist. Man müßte aber mehr daraus machen. Die anderen Städte stellen sich besser nach außen dar.

Frank Hoffmann (Geschäftsführer VOX): Ich fühle mich in Köln als Medienstandort wohl. Wenn man wie ich hier Kinder großzieht, dann weiß man diese Stadt zu schätzen! Allerdings bin ich Ossendorf leid und freue mich auf Deutz, weil dieses Gebäude ein ganz tolles Flair haben wird.

Ekkehart Gerlach (Geschäftsführer Deutsche Medienakademie): Ich war früher in Düsseldorf. Dann kam die Frage, wo sollen wir uns ansiedeln – Köln oder Düsseldorf? Köln, weil hier die „alten“ Medien ansässig sind, oder Düsseldorf wegen der neuen Me-

dien. Wir sind in den Mediapark gegangen. Weil man von dort zum Beispiel in zwölf Minuten am Flughafen ist.

Jens Stender (Geschäftsführer Mobiles Fernsehen Deutschland): Ich habe vor zwei Jahren in Stuttgart angefangen.

Tina Thiele
„Zu VIVA-Zeiten standen die Kids noch vor der Tür und warteten auf die Künstler“

Aber wer geht da schon freiwillig hin? Dann hab ich überlegt: Wo kann man junge Leute begeistern? Hamburg, Berlin oder Köln? Die Entscheidung fiel auf Köln. Köln ist sexy für Berufseinsteiger.

Leonard Diepenbrock (RTL-Moderator): Ich glaube, dass eine Menge Kölner Offenheit und kölsches Blut am Ende auch den Sender ausmachen. Jede Beziehung hat mal Durchhänger, selbst wenn's die große Liebe ist...

RTL bekommt ja bald einen

noch schöneren Standort. Die Kölner freuen sich vielleicht, dass wir die Schällick ein bisschen aufwerten!

Wäre der RTL-Standort geeignet für einen lokalen Radiosender?

Dimi Breuch (Chefredakteur Radio Köln): Das ist eindeutig zu weit draußen! Wenn man als lokales Medium sehr viel im City-Bereich unterwegs ist, dann sollte man auch nah am Geschehen sitzen. Sonst begegnet man den Gesprächspartnern nur am Telefon.

Frau Slomka, was hat Sie nach Köln gezogen?

Marietta Slomka (Moderatorin „heute journal“): Ich habe acht Jahre nicht in Köln gelebt, war in Berlin. Ich bin zurückgekommen, weil mein Mann in Köln arbeitet. Mein erster Eindruck nach meiner Rückkehr war: Stillstand! An jeder Ampel steht man hier dreimal so lange wie anderswo. Auch im übertragenen Sinne muss Köln aufpassen, dass es nicht stehenbleibt. Meine Sorge ist, dass wir von anderen Großstädten abgehängt werden. Kann man in Köln noch schnell berühmt werden?

Tina Thiele (Inhaberin Das Casting Portal): Wo sieht denn die Öffentlichkeit bei uns noch echte Stars, wie Makatsch oder Ochsen-

SPITZEN-STARs FÜR SPITZEN-WERBUNG

Köln hat Potential als Medienstandort. Hier gibt es viele junge, motivierte, kreative Leute. Über 100 000 Studenten leben bei uns.

Aber: Die Medienveranstaltungen sind in die Jahre gekommen. Köln darf nicht zucken, sondern muss wie andere Großstädte investieren. In Berlin oder München prägen Top-events tagelang die bundesweite Bericht-

erstattung. Hier muss man die Fans bezahlen und sie per Bus raus zum Coloneum fahren, um beim „Deutschen Fernsehpreis“ am roten Teppich zu applaudieren.

Lokale Events (z.B. Presseball) müssen nach außen hin attraktiver gestaltet werden. Gefragt sind lokale A-Prominenz und internationale Gäste.

Ähnlich der „Nacht der Museen“ sollte die „Nacht der Me-

dien“ (Studio-Tours, VIPs gucken) veranstaltet werden. Köln sollte als Medienmetropole erlebbarer gemacht werden. Hilfreich wäre auch ein Medien-Museum im Stil des Schoko-Museums. Dort könnte beispielsweise dauerhaft das WDR-Studio für elektronische Kunst seinen Standort finden (bevor es nach Freiburg abwandert).

Ein weiteres Ziel sind Fach-Veranstaltungen, ähnlich der „Münchener Medientage“. Studierende und junge Medienschaffende brauchen ein eigenes Forum für neue Ansätze und zukunftsorientierte Diskussionen. Dabei sollte auch die Spieleindustrie verstärkt miteinbezogen werden.

Köln muss mehr auf Internationalität setzen. Es gibt wenig Städte in Deutschland, die so offen sind.

erstattung. Hier muss man die Fans bezahlen und sie per Bus raus zum Coloneum fahren, um beim „Deutschen Fernsehpreis“ am roten Teppich zu applaudieren.

Michael Mronz (Geschäftsführer Aachener Reittourier GmbH): Wenn man will, könnte man einen Standort kreieren. Das ist wohl eher eine politische Frage. Ossendorf ist aus Fonds-Überlegungen gebaut worden. Jetzt soll es attraktiv genutzt werden. Städte wie Berlin oder Hamburg investieren, um auf den Standort aufmerksam zu machen. Wenn Köln eine Summe X bereitstellt, kann man hier jedes Top-Event veranstalten!

Warum wird nicht nach dem Vorbild der Museumsnacht eine „Nacht der Medien“ veranstaltet?

Piel: Bei uns ziehen täglich hunderte

Besucher durchs Haus. Darüber hinaus wollen die Leute aber Promis sehen. Man müsste die bekannten Gesichter vielleicht vertraglich verpflichten, sich bei Veranstaltungen zu zeigen. Anders funktioniert das nicht.

Diepenbrock: Ich finde die „Nacht der Medien“ eine tolle Idee. Das sollte touristisch mehr erschöpft werden. Medien zum Anfassen schaffen! Da kann man sich viel bei CNN abschauen. Auch im Bereich Merchandising.

Dr. Werner Wolf (Geschäftsführer Internack): Die Zukunftsfrage für den Medienstandort wird sein, wie halte ich das Ganze am Wachsen. Wir müssen uns nicht fragen, wie sondern was sich vermarkten lässt!

erstattung. Hier muss man die Fans bezahlen und sie per Bus raus zum Coloneum fahren, um beim „Deutschen Fernsehpreis“ am roten Teppich zu applaudieren.

Michael Mronz (Geschäftsführer Aachener Reittourier GmbH): Wenn man will, könnte man einen Standort kreieren. Das ist wohl eher eine politische Frage. Ossendorf ist aus Fonds-Überlegungen gebaut worden. Jetzt soll es attraktiv genutzt werden. Städte wie Berlin oder Hamburg investieren, um auf den Standort aufmerksam zu machen. Wenn Köln eine Summe X bereitstellt, kann man hier jedes Top-Event veranstalten!

Warum wird nicht nach dem Vorbild der Museumsnacht eine „Nacht der Medien“ veranstaltet?

Piel: Bei uns ziehen täglich hunderte

Besucher durchs Haus. Darüber hinaus wollen die Leute aber Promis sehen. Man müsste die bekannten Gesichter vielleicht vertraglich verpflichten, sich bei Veranstaltungen zu zeigen. Anders funktioniert das nicht.

Diepenbrock: Ich finde die „Nacht der Medien“ eine tolle Idee. Das sollte touristisch mehr erschöpft werden. Medien zum Anfassen schaffen! Da kann man sich viel bei CNN abschauen. Auch im Bereich Merchandising.

Dr. Werner Wolf (Geschäftsführer Internack): Die Zukunftsfrage für den Medienstandort wird sein, wie halte ich das Ganze am Wachsen. Wir müssen uns nicht fragen, wie sondern was sich vermarkten lässt!



„Alle reden über Film und TV. Die Spieleindustrie hat diese Bereiche schon überholt“ (Ekkehart Gerlach)



„Vielleicht sollte man wie das Schokoladen-Museum mal ein Medien-Besucherzentrum einrichten“ (Monika Piel)



„Der Gaming-Bereich wird ein Riesenthema. Daraus muss man in Köln mehr machen“ (Frank Hoffmann)



„Man sollte mehr Medienvertreter in die Schulen, vor allem in Abiturklassen einladen“ (Marietta Slomka)



„Köln hat nicht die beste Infrastruktur. Und ist städtebaulich nicht gelungen“ (Leonard Diepenbrock)



„Wir müssen noch mehr Medien nach Köln holen. Zum Beispiel Booking- und Werbe-Agenturen“ (Michael Mronz)



„Standortmarketing ist nicht die Aufgabe der Sender, sondern der Politik“ (Dr. Werner Wolf)



„Köln hat nicht die beste Infrastruktur. Und ist städtebaulich nicht gelungen“ (Leonard Diepenbrock)



„Wir müssen noch mehr Medien nach Köln holen. Zum Beispiel Booking- und Werbe-Agenturen“ (Michael Mronz)

BILD KÖLN LOUNGE
 präsentiert von funny-frisch

Teilnehmer: Dimi Breuch (Radio Köln), Ekkehart Gerlach (Geschäftsführung Deutsche Medienakademie), Leonard Diepenbrock (Moderator RTL), Frank Hoffmann (VOX), Michael Mronz (PR-Unternehmer), Monika Piel (WDR-Hörfunkdirektorin), Marietta Slomka (ZDF-Moderatorin), Jens Stender (MFD Mobiles Fernsehen Deutschland), Tina Thiele („Das Casting-Portal“), Dr. Werner Wolf (Geschäftsführung Internack GmbH). Moderation: Christina Fleischberger (n-tv), Wilfried Pastors (BILD Köln).

BILD Köln bedankt sich bei den Partnern Internack Vertriebs GmbH, Flughafen Köln/Bonn GmbH sowie der PSD Bank Köln eG