

Hans Estermann

Telematik, Medien und Stadtentwicklung -
das Beispiel Köln

Gliederung

Seite

I.	Technologieinitiativen in Köln	68
II.	Die Kölner Wirtschaft	69
III.	Das Medienzentrum Köln	70
IV.	Das Projekt MediaPark	71
V.	Die einzelnen Vorhaben	74
VI.	Die Realisierung des Projektes	83

I. Technologieinitiativen in Köln

Defizite bei der Einführung neuer Techniken in den Informatons- und Kommunikationstätigkeiten liegen offensichtlich hauptsächlich auf der Seite der Anwendungen.

Für den Benutzer stehen weitgehend Dienste in den Netzen der Bundespost oder in selbst zu betreibenden Netzen bereit, wenn auch das zur Zeit Funktionierende hinter dem theoretisch Machbaren zurückbleibt. Auf der Anwenderseite gibt es aber neben Akzeptanzproblemen Defizite bei der Kenntnis der Techniken und bei den betrieblich-organisatorischen Abläufen, die noch weitgehend traditionell orientiert sind.

Wer bei der Einführung neuer Informations- und Kommunikationstechniken (I+K) einen Erstanwendervorsprung erlangen will, muß daher schwerpunktmäßig bei den potentiellen Anwendern ansetzen. Die Seite der Infrastruktur ist zwar nicht zu vernachlässigen, spielt aber für eine Großstadt nicht die entscheidende Rolle wie für periphere ländliche Regionen. Dies besonders auch, weil die Bundespost "nachfrageorientiert" ausbaut.

In Köln existieren eine Reihe von Initiativen zur Förderung neuer Techniken, die von Politik, Verwaltung, Wirtschaft und anderen Institutionen getragen werden.

Das Spektrum reicht von einem Gründer- und Innovationszentrum, einem Informations-Technikzentrum über ein Zentrum für Energie- und Umwelt-Systemtechnik, verschiedene Technologietransferstellen, der Förderung der Biotechnologie bis hin zum Ausbau der "Medienstadt" Köln.

Die Arbeiten zum Ausbau der Medienstadt Köln richten sich auf die in Köln bedeutende Anwendung der Informations- und Kommunikationstechnik in Dienstleistungen (besonders Banken, Versicherungen, Verwaltungen) und den Medien (Rundfunkanstalten, Film-, Funk und Videoproduktionen, Verlage, Werbewirtschaft).

II. Die Kölner Wirtschaft

Der Hintergrund für diese Initiativen ist die wirtschaftliche Situation in der Stadt. Köln gehört zu den altindustrialisierten Großstädten in der Bundesrepublik. Mit ca. 960.000 Einwohnern und ca. 500.000 Beschäftigten ist Köln eines der vier größten Industrie- und Dienstleistungszentren.

Die Funktion als Dienstleistungsobozentrum konnte in den 70er Jahren noch weiter ausgebaut werden. Die neuen Arbeitsplätze im tertiären Sektor konnten dabei zum großen Teil erhebliche Verluste bei der Industriebeschäftigung ausgleichen.

Köln-Prognose				
1970	1975	1982	1990	
181.800	148.300	131.000	123.300	verarbeitendes Gewerbe
38.900	26.900	25.500	23.000	Baugewerbe
301.300	328.500	334.200	335.300	Dienstleistungen
522.000	510.100	490.700	481.600	Alle Beschäftigten ohne primären Sek.

An den nachlassenden Wachstumsraten und der Prognose für 1990 zeigt sich, daß die ausgleichende Funktion des tertiären Sektors nachgelassen hat, sich allerdings die Verluste beim verarbeitenden Gewerbe abschwächen.

Bei all diesen Daten ist noch die Diskussion offen, wie sich der verstärkte Einsatz von I+K-Techniken auswirken wird. Es gibt sowohl Annahmen über immense Rationalisierungsverluste als auch über neue Beschäftigung. Es gibt in der Theorie unterschiedliche Positionen über die Auswirkungen der Telematik auf die räumliche Verteilung von Arbeitsplätzen. Danach ist es nicht eindeutig, daß die Einführung neuer Techniken im Büro, im Handel, bei den Banken und in den anderen Dienstleistungen Vorteile für die großen Städte bringt. Der Theoriestreit, ob mit Telematik zentralisiert oder dezentralisiert wird, ob neue Arbeitsplätze entstehen oder neue Rationalisierungswellen ausgelöst werden, ob es neue Chancen für periphere Regionen gibt, ist nicht sehr fruchtbar.

Es werden verschiedene denkbare Szenarien entworfen und gegenübergestellt.

Zwingend aus der Technik ergibt sich keine Alternative. Die Technik ist nicht festgelegt, die Mikroelektronik läßt im Gegensatz zu früheren technischen Neuerungen alle Möglichkeiten offen. Arbeitsvorgänge können in kleinste Abschnitte zerlegt und an verschiedenen miteinander verbundenen Arbeitsplätzen erledigt werden, oder aber technikunterstützt integriert werden. Beides läßt sich wiederum mit unterschiedlichen räumlichen Konsequenzen realisieren, weitmaschig vernetzt - bis hin zu Heimarbeitsplätzen - oder in einem zentralen Gebäude in der Stadt oder auf dem Land.

Für die Stadtentwicklungsplanung lassen die neuen Techniken zur Zeit noch Gestaltungsspielräume offen, die genutzt werden müssen, wenn die ungünstigen Szenarien nicht Realität werden sollen. Die Strategie in Köln ist, am Ort vorhandene Potentiale zu sichern und dort, wo es möglich ist, auszubauen. Im Hinblick auf die neuen Techniken bedeutet das, die Bedingungen mitzugestalten, unter denen wichtige Branchen in Zukunft am Ort - in Konkurrenz zu anderen Standorten - arbeiten können und vor allem wie sie sich weiterentwickeln können.

III. Das Medienzentrum Köln

Köln ist einer der größten deutschen Medienzentren mit ca. 8.000 fest angestellten Beschäftigten bei den Sendern WDR, DLF, DW, BFBS und seit neuestem RTL + und deren Tochter- und Beteiligungsgesellschaften (z.B. WWF, Transtel, GEZ). Dazu kommen etwa 3.000 Beschäftigte im Verlagswesen, ca. 6.000 im Druckwesen, ca. 1.600 in der Werbung, ca. 1.800 in Theatern. Insgesamt können etwa 25.000 Beschäftigte zu den Medienbranchen gezählt werden. Mit etwa 10.000 Beschäftigten gehört Köln auch zu den wichtigsten Standorten für die Telematikbranchen. Bedeutender noch als diese Branchen selbst ist die Kölner Wirtschaft als Anwender der Telematik, z.B. in der Versicherungswirtschaft, den Banken und den Industriebetrieben.

Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in den Bereichen "Medien" und "Telematik" ist im Zeitraum 1982 - 85 leicht angestiegen (Telematik: + 4,2 %, Medien: 2,6 %). Anders sieht es allerdings bei einzelnen Branchen der Medien und Telematik aus; hier gibt es eindeutige Gewinner und Verlierer der technologischen Entwicklung.

So zeigt sich in der Medienbranche "Radio und Fernsehen" ein personeller Rückgang von - 14,5 %, in der Branche "Verlage" gar von - 42,6 %. Gewinner sind hier die "Druckereien" mit einem Zuwachs sozialversicherungspflichtig Beschäftigter von + 42 %. Im Bereich Telematik weist die Branche "EDV-Einrichtungen" mit einem Zuwachs von fast 60 % das größte Wachstum auf, während die Branche "Büromaschinen" schrumpft (- 17,8 %).

Sieht man sich einzelne Berufe im Bereich "Medien" und "Telematik" an, so ergeben sich noch genauere Aufschlüsse.

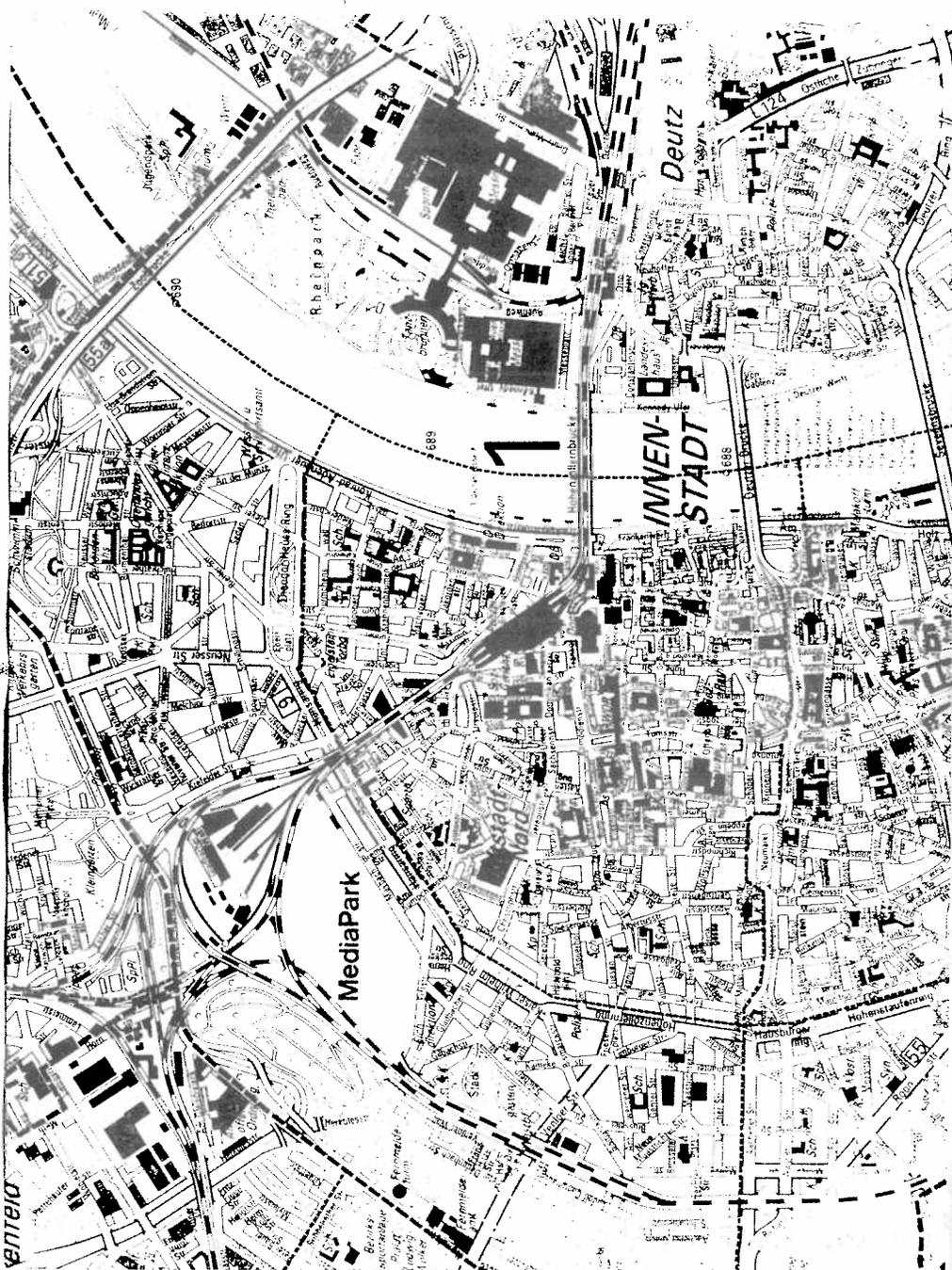
Bei den Medienberufen "Tongerätetechniker" und "Bühnenberufe" gibt es mit 10,5 % bzw. 11,5 % die stärksten Steigerungen, während "Buchbinder" (- 12 %) und "Schriftsetzer" (- 13,6 %) erheblich abnehmen.

Im Bereich Telematik sind die Zuwächse an sozialversicherungspflichtig Beschäftigten bei den "Elektrogerätebauern" (+ 14,1 %), den "Datenverarbeitern" (+ 11,7 %), den "Elektroingenieuren" (11,5 %) und den "Fernmeldemonteuren" (+ 10,7 %) am stärksten, "Telefonisten" (- 10,7 %) und "Datentypisten" (- 8,5 %) hingegen gehen stark zurück.

Der Anteil der weiblichen Beschäftigten ist übrigens in den Bereichen "Medien" und "Telematik" im Vergleichszeitraum 1982 - 85 insgesamt so gut wie unverändert geblieben. Beachtenswert ist allerdings, daß in den zurückgehenden Berufen "Datentypist(in)" und "Telefonist(in)" der Frauenanteil extrem hoch ist (96,2 % bzw. 87,4 % 1985), so daß von diesem "Verfall" von Berufsbildern fast ausschließlich Frauen betroffen sind.

IV. Das Projekt MediaPark

In dem Bündel von Maßnahmen zur Verbesserung der Standortbedingungen des Dienstleistungszentrums Köln spielt der MediaPark ei-



ne besondere Rolle. Er ist geplant als das Zentrum für Information und Kommunikation im Zentrum der Stadt, als Kristallisationskern für die Entwicklung neuer Dienstleistungen, neuer Berufe und neuer Produkte auf der Basis der I+K-Techniken.

Für das Stadtentwicklungsprojekt steht im Zentrum der Stadt ein 20 ha großes Gelände zur Verfügung. Bis vor 3 Jahren betrieb dort die Bundesbahn den Güterbahnhof Gereon. Er liegt in unmittelbarer Nähe der Ringe, der die City umschließt, zwischen dem Hansahochhaus und dem Fernmeldeturm, nahe bei einigen der großen Anwender der Telematik und günstig zu den Rundfunkanstalten und Presseunternehmen. Die innerstädtische Anbindung ist ebenso gut wie die an regionale Verkehrsnetze: von der U- und S-Bahn, dem Intercity-Knoten bis hin zum Autobahn-Anschluß liegt alles in unmittelbarer Nähe.

Das Konzept für den Kölner MediaPark sieht fünf Angebotsbereiche vor:

- die Telematik
- die Medien
- die Aus- und Weiterbildung
- die Forschung und Entwicklung
- die Kunst und Kultur.

Zu diesen fünf Bereichen gibt es konkrete Vorhaben, die in unterschiedlichen Stadien auf ihre Realisierung warten. Zunächst aber noch ein paar Bemerkungen zur Rolle der Stadt in diesem Projekt, die in ähnlicher Weise auch für andere Vorhaben gelten.

Die Stadt versteht sich als Initiator und Moderator, der Interessenten und Beteiligte zusammenbringt, Vorschläge aufgreift oder entwickelt und die Realisierung weitgehend Unternehmen überläßt. Die Rolle der Stadt umfaßt im wesentlichen

- Organisation des Technologietransfers
- Vermittlung zwischen F+E-Einrichtungen und Unternehmen
- Zusammenführung von privaten Kooperationspartnern
- Anstöße zur Projektentwicklung und -realisierung.

Daneben ist die Stadt zuständig für die Schaffung von "Rahmenbedingungen". etwa im räumlichen Umfeld (Wohnen, Freizeit, Freiraum, Infrastruktur), im kulturellen Umfeld und in der Aus- und Weiterbildung. Dies sind neben den marktorientierten wesentliche Standortfaktoren, die die Stadt auch im Hinblick auf die Modernisierung des Standortes gestalten muß.

Schließlich ist die Stadt auch noch selbst "Unternehmen" mit der Verwaltung, den Eigen- und Beteiligungsbetrieben. Daraus ergeben sich sowohl ein Nachfragepotential für neue Technik mit entsprechenden Wirkungen auf die örtlichen Zulieferer als auch eine - allerdings umstrittene - Vorreiterrolle bei der Anwendung.

Diese Rolle kann Signalwirkung für andere haben, besonders im Hinblick, darauf wie Technik in Arbeitsabläufe integriert wird: Rationalisiert die öffentliche Hand in erster Linie, werden andere an dem Beispiel lernen, stellt sie die Verbesserung ihrer Leistungen und der Arbeitsbedingungen in den Vordergrund, wird dies ebenfalls Beispiel für andere Unternehmen haben.

In den Technologieinitiativen und dem Projekt MediaPark ist die Rolle der Stadt als Moderator und Initiator am wichtigsten. Das wird auch in der Arbeitsweise deutlich. Technologietransfer und die Projektgruppe MediaPark sind im Amt für Standortentwicklungsplanung angesiedelt. Hier werden gemeinsam in Arbeitsgruppen mit Unternehmen, Institutionen und anderen Interessenten Projekte entwickelt und soweit vorangetrieben, daß sie von Trägern realisiert und betrieben werden können.

V. Die einzelnen Vorhaben

Im Projekt MediaPark existieren 14 solcher Projekte, die zusammengekommen die Angebote des neuen Stadtteils ausmachen werden.

1. Telekommunikationsinfrastruktur mit Dienstleistungsangeboten

Im MediaPark wird es eine hochleistungsfähige Infrastruktur geben, die den Betrieb aller Endgeräte erlaubt. Wichtiger als

die physische Infrastruktur ist noch ein Angebot an Telekommunikationsdienstleistungen, die erst den Betrieb der Geräte von ISDN bis zum Breitbandnetz sinnvoll macht. Bereits vor Inbetriebnahme des MediaParks werden auf Initiative der Projektgruppe mit Herstellern und anderen Unternehmen schrittweise solche neuen Dienstleistungsangebote entwickelt, die dann im MediaPark ihren Standort haben sollen. Zu diesen Angeboten gehören:

TEMEX mit bereits existierenden Anwendungen zur Gebäudesicherung und zum Fernablesen und neu zu entwickelnden im Umweltschutz, bei Parkleitsystemen, zur Anlagensteuerung und im Sozialdienst.

Mailbox als neues Angebot für die Individualkommunikation in der Wirtschaft ist Basis für eine Reihe von Dienstleistungen wie Informationsdienste, Datenbanken, etc.

Chipkartenservice für den bargeldlosen Zahlungsverkehr mit den Funktionen als Clearingstelle und Abrechnungszentrale zwischen den Anbietern.

Breitbandkommunikation in den Glasfasernetzen der Deutschen Bundespost wird in Zukunft eine bedeutende Rolle spielen. Die neuen vermittelten Netze existieren bisher nur in einer Vorläuferform in Pilotversuchen oder dem Videokonferenzstudio-System. Auch hier werden wirtschaftliche Anwendungen gesucht, die zu finden sein werden bei den Medien (Bewegtbildübertragung), der Industrie (CAD, CIM) und Dienstleistungsunternehmen (Massendatenübertragung) und der Forschung (Superschnelle Datenübertragung, Rechnerverbund).

2. Telematikdienstleistungszentrum

Für eine zentrale und standortnahe Bereitstellung von Telematikdienstleistungsangeboten soll zur gemeinschaftlichen Nutzung für die MediaPark-Ansiedler ein "Service-Center" in Verbindung mit einem "Eürotel" entstehen, das von privaten Un-

bernehmen getragen wird. In dem Zentrum werden Unternehmen Dienstleistungen anbieten, wie Computerverleih, Verleih von Telekommunikationsendgeräten (Teletex, Telefax), Kopiergeräten, Personalservice, Videokonferenz-Studios, Kurzzeitbüros, Vermittlung von Datenbanken, Satellitenübertragungsdienste, Fach-Bibliotheken, Vermietung von Büros und Übernahme von Büro-tätigkeiten.

Dieses Angebot richtet sich vor allem an die Unternehmen, für die sich die Anschaffung der verschiedenen Telekommunikationsendgeräte nicht lohnt oder die nur zeitweise Büroräume benötigen, und ist nicht auf im MediaPark ansässige Firmen beschränkt.

3. Informations- und Dokumentationszentrum

Die Vermittlung und Erschließung von Informationen erhält zunehmende Bedeutung. Dabei wird immer stärker auf Informations- und Kommunikationstechnik und die Datenverarbeitung zurückgegriffen. Im Zentrum werden vertreten sein die Funktionsbereiche Information (Infomarkt, Zugang zu Datenbanken, Ausstellungsflächen), Projektberatung und Dokumentation (Bibliothek, Aufbau von Datenbanken). Potentielle Interessenten und Nutzer dieses Zentrums sind u.a. kleine und mittlere Betriebe, Weiterbildungsträger und Unternehmen der Medien- und Telematikbranche, die in diesem Zentrum gleichzeitig als Anbieter von und als Nachfrager nach Informationen und Beratung auftreten.

4. Medienproduktionszentrum mit Veranstaltungshalle

Im Medienproduktionszentrum sollen hochwertige Einrichtungen und Studios von privaten Anbietern entstehen und den Nutzern somit Fixkosten- und Zeitersparnisse ermöglichen. Ansiedeln können sich neben Fernseh-, Film- und Videoproduktionsfirmen auch Film- und Tonstudiobetreiber, Video-Postproduktionseinrichtungen, Equipmentverleiher, Filmtrickstudios, Grafiker, Fotografen und Vertriebsfirmen, so daß die gesamte Herstei-

lung eines Filmes an einem Standort stattfinden kann. Die hier ansässigen Firmen könnten die in der Halle stattfindenden Veranstaltungen unterstützen, ausstatten und aufzeichnen. Bühnen- und Dekorationsbau, Kostüm- und Maskenfundus, Garderoben etc. können gemeinsam mit der Veranstaltungshalle genutzt werden.

Geplant ist eine Veranstaltungshalle für max. 3.000 - 4.000 Plätze, in der neben Konzerten der Unterhaltungsmusik Industrieforen, Produktpräsentationen und Kongresse stattfinden können. Die repräsentative Halle, die mit beweglichem Mobiliar und Raumunterteilungsmöglichkeiten ausgestattet sein soll, könnte auch als großes Studio genutzt werden. Die Veranstaltungshalle soll privatwirtschaftlich betrieben werden.

5. Medienservicezentrum

Gerade bei der Nutzung neuer Technologien und ihrer Verwertung werden die Rechtsberatungs- und Vermittlungsprobleme immer komplexer. Deshalb ist geplant, in einem Rechtsberatungszentrum selbständige Spezialisten für Vertrags-, Urheber-, Patent- und Stiftungsrecht sowie Steuerberater und Unternehmensberater anzusiedeln. Auch eine Agentur für Bühnen-, Film- und Fernsehvermittlung - entweder in privater Rechtsform oder als Regionalagentur der Bundesanstalt für Arbeit soll hier angesiedelt werden.

Integriert in das Zentrum werden weitere Unternehmen, wie z.B. auch ein Rundfunk- und Fernseharchiv.

Hier sollen Rundfunksendungen gesammelt, gespeichert, erschlossen und präsentiert werden mit Hilfe einer leicht zugänglichen Datenbank. Hauptnutzungsinteressenten hierfür sind die Fernseh-, Film- und Videoproduzenten, die dort auf schon vorhandenes Material für bestimmte Szenen zurückgreifen können.

Auch Programmwochen zu Spezialthemen, Sondervorführungen für bestimmte Gruppen sowie eine Mediathek für Beratung, Verkauf

und Verleih sind Bestandteil des Konzeptes. Das Museum wird sich u.a. aus Entgelten und Gebühren finanzieren.

Darüber hinaus ist im Medienservicezentrum die Ansiedlung von Unternehmen vorgesehen, die Serviceleistungen für die Medienwirtschaft anbieten (Druck, Computersatz, Archive, Beratungsfirmen, Computergrafik). Andererseits werden sich hier ebenso Firmen niederlassen, die diese Leistungen nachfragen oder aber die gleiche Infrastrukturausstattung wie die Serviceunternehmen nutzen (Werbeagenturen, Redaktionen). Die interessierten Firmen sind zum Teil technisch und konzeptionell führende Unternehmen verschiedener Bereiche, die das MediaPark Telekommunikationsnetz, Elektronik-Mail, Rechenzentrum, Konferenzräume, Video-Konferenzstudios, gemeinsam nutzen wollen. Auch hier führt das zentrale Angebot an Dienstleistungen zu Zeit- und Kostenersparnissen sowohl für die im Mediapark ansässigen Firmen als auch für die von außerhalb kommenden Firmen.

6. Werkstätten für Kunst und Kultur

Dort soll an die Tradition der Wechselwirkungen zwischen Kunst, Technik und Wirtschaft angeknüpft und Ansiedlungen/-Weiterentwicklungen in diesem Feld gezielt fördern. In einem Zentrum mit Werkstätten und in enger Verbindung mit ergänzenden technischen Marketing- und Beratungseinrichtungen sollen Kunstlabors, Möglichkeiten für die Produktion von Culturalis und Commercials, eine Mixed-Media-Bühne, ein Kino und ein Präsentationsraum entstehen. Die Einrichtungen werden nicht durch die Stadt, sondern durch private Träger geschaffen. Ein angeschlossenes Musikproduktionszentrum soll aus einem Tonstudiobereich mit Querverbindungen zur AV-Produktion und einem Qualifizierungs- und Trainingsangebot bestehen. Gerade in der elektronischen Musik fehlen bisher Ausbildungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten. Es sollen Tonstudios verschiedener Standards für Amateure und professionelle Künstler von privaten Betreibern zur Verfügung gestellt werden. Angeglie-

dert werden Verkaufs- und Ausstellungszonen für die Instrumenten- und Gerätehersteller, um die Markttransparenz für die Anwender zu erhöhen. Das Zentrum bietet den Herstellern zusätzlich die Möglichkeit, neue Geräte auf Funktionalität und Dauerbelastung zu testen.

Ein Zentrum für die Printmedien bietet Raum für Redaktionen, Verlage, freie Publizisten, Schriftsteller und Übersetzer, die hier die neueste EDV-Hardware nutzen können. Ein Aktivitätsschwerpunkt sollte in der Entwicklung geeigneter publizistischer Software (vom Archivprogramm bis zu Satz und Druck) liegen. Ein günstiges Umfeld bietet sich für Firmen des Desktop-Publishing (Laserdruck) und die Erprobung einschlägiger Angebote von Geräteherstellern. Satz- und Drucktechniken lassen auch die Gründung neuer Kunst- und Literaturzeitschriften sinnvoll werden.

7. Design-Börse

Bei der Vermarktung von Verbrauchsgütern hat die Produktgestaltung eine entscheidende ökonomische Bedeutung erhalten. Der Designmarkt ist durch neue Techniken umstrukturiert worden. Die Design-Börse soll aus computergestützten Design- und Grafikstudios sowie Laboratorien bestehen und den Designern die Möglichkeit eröffnen, kreativ mit den neuen Techniken umzugehen. Neben Büros einzelner Designer sollen Berufsorganisationen und Fachredaktionen, Marketingstützpunkte einzelner Firmen sowie eine Verkaufsgalerie in dem attraktiv zu gestaltenden Gebäude untergebracht werden. Darüber hinaus sollen hier Schulungen, Workshops sowie Lehrgänge, aber auch Wechselpräsentationen von Hardware- und Softwarefirmen angeboten werden. Als mögliche Schwerpunkte für die Wirtschaftsregion Köln sind Design für Textil (einschließlich Kostüm), Büros, Bühne, Bild/TV, Licht und deren Präsentation in Form von Ausstellungen denkbar.

8. Finanzierung kulturwirtschaftlicher Projekte

Die Wirtschaftlichkeit kultureller Projekte ist noch nicht allgemein anerkannt, so daß kreditsuchende Kulturschaffende, insbesondere aufgrund der fehlenden Branchenkenntnis in den Banken, auf unüberwindliche Schwierigkeiten stoßen. Notwendig ist die Unterstützung bei der Gründung kulturwirtschaftlicher - sowohl freiberuflicher, kooperativer als auch unternehmerischer - Existenzen, die Förderung der Entwicklung neuer Kunstproduktionen und die Unterstützung der Finanzierung der Kulturbausteine im MediaPark. Möglichkeiten sind die Gründung einer Kulturkreditbank, Auflegung von Spendenfonds für bestimmte Projekte, Bereitstellung von Risikokapital.

9. Medienbildung

Ein Mediendidaktikzentrum soll u.a. der Vermittlung von Kenntnissen im Umgang mit Medientechnik für den Freizeitbereich, der medienpolitischen und -didaktischen Bildung sowie der Unterstützung freier Gruppen bei der Nutzung von Medien dienen. Hier sollen auch die Jugendlichen mit den neuen Techniken, mit denen viele in Beruf und Freizeit arbeiten werden, vertraut gemacht werden.

Elemente des Zentrums können z.B. eine Produktionsstätte für den lokalen Rundfunk und den Offenen Kanal und eine Medienwerkstatt für neue kreative Formen der Beschäftigung mit Medien sowie allgemeine Angebote der Träger von Erwachsenenbildung sein.

Der hohe Bedarf an Aus- und Weiterbildung im Bereich der neuen Technologien, insbesondere bei privaten Unternehmen, wird z.Zt. nur unzureichend befriedigt.

In einem Medienbildungszentrum sollen deshalb private Institutionen angesiedelt werden, die den Qualifizierungsbedarf auf Gebieten decken, die von den vorhandenen Institutionen nicht abgedeckt werden, das Ausbildungsangebot an den langfristig richtungsweisenden technischen Entwicklungen der Medienwirtschaft ausrichten und die Qualifizierungsangebote als eine langfristig wirksame Maßnahme der Strukturentwicklung der Kölner Medienwirtschaft durch gezielte Investitionen in

dem Bereich "human capital" bereitstellen.

Im MediaPark wird diese Konzeption durch die Verzahnung des Qualifizierungsangebotes mit der Medienpraxis und die technisch moderne Ausstattung sowie das qualifizierte Lehrpersonal gefördert.

Der Schwerpunkt soll dabei nicht auf der Ausbildung, sondern auf der berufsbegleitenden Qualifizierung liegen.

In Köln wird eine Hochschule für Film, Fernsehen und Video eingerichtet.

Die künstlerische und wissenschaftliche Hochschule soll die anwendungsbezogene Tradition der Kölner Werkschulen aufgreifen und sich den neuen Techniken in enger Kooperation mit den Sendeanstalten und der Medienwirtschaft zuwenden. Mit den Querverbindungen zu den Werkstätten und dem Medienproduktionszentrum ergibt sich die Möglichkeit, Kölns Bedeutung als Kunst- und Medienstadt zu verstärken und den Anforderungen an eine zukunftsweisende Ausbildung in den Medienberufen gerecht zu werden.

10. Aus- und Weiterbildung Telematik

Auf dem MediaPark sollen firmenbezogene und gemeinschaftliche Einrichtungen für die Aus- und Weiterbildung in der Telematik errichtet werden, in dem sich die Softwarehäuser, Unternehmensberatungen und Bildungseinrichtungen ansiedeln und gemeinsam Schulungsräume sowie die dazugehörige Infrastruktur nutzen können. Denkbar ist auch die Bereitstellung kurzfristig zu mietender Seminarräume. Gemeinschaftseinrichtungen kämen insbesondere den Unternehmen zugute, denen - da sie nur selten Schulungen durchführen - keine eigenen Räume zur Verfügung stehen, sowie denen, deren Raumkapazitäten in Spitzenzeiten nicht ausreichend sind.

Verschiedene Unternehmen planen die Verlagerung ihrer gesamten Aus- und Weiterbildungseinrichtung, teilweise verbunden mit einem Beratungszentrum, auf den MediaPark. Daneben plant die Deutsche Bundespost eine Schule für Telekommunikationselektroniker auf dem MediaPark, die Deutsche Angestelltenakademie will die gesamte Einrichtung auf Gereon zusammenführen und ausbauen.

11. Forschungs- und Entwicklungszentrum für angewandte Informatik

In enger Zusammenarbeit der Gesellschaft für Mathematik und Datenverarbeitung, Universität, Kölner Wirtschaftsunternehmen, Stadt und Land, soll ein Zentrum mit folgenden Schwerpunkten errichtet werden: Forschung des I+K-Technikmarktes zur Verbesserung betriebswirtschaftlicher Entscheidungen; Informationsmanagement, durch das erhebliche Produktivitäts- und Leistungssteigerungspotentiale in Wirtschaft und Verwaltung erschlossen werden können; Expertensysteme für Dienstleistungsunternehmen ("Künstliche Intelligenz"), die schnellere und fundiertere Entscheidungen ermöglichen. Das Zentrum wendet sich vor allem an Industriebetriebe (Verwaltungsfunktionen), private Dienstleistungsbetriebe und öffentliche Verwaltungen. Die einzelnen Arbeitsgebiete und Projekte sollen zunächst in einer engen Kooperation der Beteiligten vorbereitet werden. Hierbei wird eine gemischte Trägerschaft angestrebt, um so eine Kombination von öffentlich finanzierten Forschung und praxisorientierter Auftragsforschung zu schaffen.

12. Nutzungszentrum für Hochleistungstechnologie

Zahlreiche F+E-Vorhaben privater Unternehmen und Medienproduzenten benötigen heute Rechenleistungen, wie sie nur von Großrechnern zur Verfügung gestellt werden können. Derartige Dienstleistungen werden in Zukunft zunehmend von internationalen Service-Organisationen angeboten werden. In einem Baulungszentrum von F+E-Vorhaben ist es jedoch unerlässlich, daß nicht nur die Rechnerleistung zur Verfügung steht, sondern auch Beratung, Demonstration, Aus- und Weiterbildung für F+E-Personal und Forschungstransfer. In einem Nutzungszentrum für Hochleistungstechnologie könnte eine Reihe von größeren und kleinen Initiativen dieser Art zusammengestellt werden, z.B. Zugang zu Hochleistungsrechnern in Verbindung mit Demonstrationsmöglichkeiten, Transferberatung für kleine und mitt-

lere Unternehmen, die Hochleistungstechnologien nutzen wollen, Angebotsvermittlung von Leistungen der Großforschungseinrichtungen, Experimentallabors u.ä.

13. Medien-Einzelhandel und andere spezifische Dienstleistungen

Im MediaPark soll es ein Angebot an medien-spezifischen Produkten sowohl für die dort ansässigen Unternehmen als auch für die interessierte Öffentlichkeit geben, das von Audio- und Videokassetten über Fachliteratur bis zu Computerzubehör reicht.

Daneben soll es Geschäfte des Einzelhandels, insbesondere Lebensmitteläden, Bistros, Reisebüros, Bankfilialen, Post, Fitnesscenter, Restaurants verschiedener Größen und Preisklassen geben.

Außerdem sind an weiteren Nutzungen laut Ratsbeschuß zum Nutzungskonzept vom Dezember 1986 vorgesehen:

- 19.000 qm BGF für Betriebsansiedlungen außerhalb der o.g. Projekte
- 29.000 qm BGF für Wohnen und wohnungsbezogene Infrastrukturen
- usw.

VI. Die Realisierung des Projektes

Der Mediapark ist nicht nur eine technisch-ökonomische Aufgabe, sondern auch eine anspruchsvolle städtebauliche Herausforderung. Vorgaben sind, daß 10 ha der Gesamtfläche als Park der Öffentlichkeit zur Verfügung stehen, daß 1/5 der zu bebauenden 120.000 qm Bruttogeschossflächen Wohnen dienen und daß in dem Gebiet soziale Infrastruktureinrichtungen für Beschäftigte, Bewohner und Besucher zur Verfügung stehen.

Der Zeitplan geht vom Baubeginn Ende 1988 aus. Nach der Entscheidung über den städtebaulichen Ideenwettbewerb im Dezember 1987 wird das Bebauungsplanverfahren fortgeführt und sobald wie mög-

lich mit der Erschließung und dem Bau des Parkes begonnen. Die Realisierung der beschriebenen Projekte kann dann schrittweise erfolgen.

Die weitere Akquisition, Vermarktung und Realisierung soll nach einem Auftrag des Rates in die Hände einer Entwicklungsgesellschaft übergehen, an der neben Stadt und Land Nordrhein-Westfalen (zusammen etwa 25 %) private Unternehmen beteiligt werden sollen. Das Land hat das Projekt bereits frühzeitig gefördert und sieht es als ein Realisierungsvorhaben seines Telekommunikationsentwicklungsplanes an.

Wolfgang Feilmayr

**Elemente einer Standorttheorie
des Fremdenverkehrs**

Gliederung	Seite
1. Zur Theorie des standörtlichen Fremdenverkehrsmarktes	86
1.1 Formalisierung des Konzeptes der Urlaubsofferte	88
1.1.1 Der standörtliche touristische Handlungsspielraum	91
1.1.2 Formalisierung und Operationalisierung des standörtlichen touristischen Handlungsspielraums	93
Literaturverzeichnis	97