

Medienhandbuch Köln. Die audiovisuellen Medien

Hrsg. v. Christel Steinmetz und Andreas Graf in Zusammenarbeit mit der Stadt Köln. Köln: Emons Verlag 1992, 342 S., DM 42,-

Als Medienstandort ist Köln seit langem das Hätschelkind von Stadt und Land. Als solches ist es gut gediehen: "Das Handbuch ist somit auch ein Instrument, Köln Schritt für Schritt mit in die Spitze der Medienlandschaft Europa zu führen" (S.9), so formuliert es der Stadtdirektor ganz ohne falsche Bescheidenheit im Geleitwort des von der Verwaltung in Auftrag gegebenen Buches. Renommierprojekte wie der "Mediapark" mit dem "Cinedom" und der geplanten Ansiedlung einer Vielzahl insbesondere audiovisueller Betriebe haben diesen Anspruch weithin populär gemacht. Ein eigenes Filmfestival, eine neue Kunsthochschule für Medien und eine Fülle verschiedenster kultureller Aktivitäten unterstreichen die angestrebte Führungsposition.

Das *Medienhandbuch Köln* beschränkt sich ausdrücklich auf die audiovisuellen Medien; Verlage und Printmedien bleiben unberücksichtigt. Der Anspruch, einen wissenschaftlich fundierten Überblick über die Medienszene zu vermitteln, wird nicht erhoben. Die einschlägig tätigen Betriebe werden in knappen Beschreibungen vorgestellt. Allein schon die Zahl der hier angesiedelten Rundfunk- und Fernsehanstalten ist beeindruckend. Sie reicht vom WDR, einer der größten Fernsehanstalten des Kontinents, über die Deutsche Welle und dem Deutschlandfunk bis hin zu RTL und VOX. Bunt und vielfältig sind die Schwerpunkte der über 200 im Handbuch verzeichneten Video- und Filmproduktionsfirmen. Kaos, Tag-Traum oder LichtBlick sind einige der sprechenden Namen, unter denen

die verschiedensten Leistungen für Film- und Fernsehproduktionen angeboten werden.

Für Ordnung im Chaos sorgt das Alphabet. Es listet nicht nur die Medienbetriebe auf, sondern liefert auch ein Who is Who der Branche. Wer in Köln als Fachjournalist, Kameramann, Produktionsleiter oder Toningenieur selbständig tätig ist, ist hier ebenso zu erfahren wie die Adressen wichtiger Agenturen. Dabei nimmt das Medienmanagement beträchtlichen Raum ein. Erstaunlich stark vertreten ist der Multimedia-Bereich mit Multivision, interaktiven Medien und Medienkunst, und auch die Medienbildung hat eine Vielzahl von Institutionen aufzuweisen. So dient das Handbuch nicht nur dem höheren Ruhm des Medienstandorts Köln, sondern liefert Public Relations in einem sehr praktischen Sinne. Wer in Köln und Umgebung mit audiovisuellen Medien arbeitet oder arbeiten möchte, kann sich hier informieren, was es sonst noch so alles gibt und mit wem wer kooperieren kann. Ein nützliches Nachschlagewerk.

Peter Zimmermann (Köln/Stuttgart)