

ZUSAMMENSCHLUSS VON FIRMEN

Köln wird Pop-Hauptstadt

Von Christian Bos, 19.05.09, 19:31h, aktualisiert 09.07.09, 10:40h

Von einer Krise ist in Köln nichts zu spüren. Es werden eher Zeichen gesetzt. Die Kölner Musik- und Kreativwirtschafts-Szene vernetzt sich im Ehrenfelder 4711-Haus - und das erfolgreich. Mittlerweile arbeiten 200 Kreative in etwa 50 Firmen.



Die Zukunft strahlt himmelblau. Rückansicht des 4711-Hauses am Ehrenfelder Barthonia-Forum. Die Stockwerke 3, 4 und 5 stehen bald ganz im Zeichen der Musik. (Bild: worrying)

Krise? Welche Krise? Die grell grün gestrichenen Rahmen der Bürotüren verbreiten fast schon aggressive Zuversicht. Die Zukunft strahlt hier so heiter wie der Frühlingstag durch die Fenster des Ehrenfelder 4711-Hauses an der Venloer Straße. Vor knapp drei Jahren hat der US-Konzern Procter & Gamble die berühmte Kölner Duftmarke abgestoßen und damit auch das Haus am Barthonia-Forum geräumt. Wo bis vor kurzem noch wenig jugendaffine Wässerchen wie Tosca oder Sir Irisch Moos vermarktet wurden, ist jetzt der Pop eingezogen.

Rund 50 Firmen arbeiten bald an der Venloer Straße

Genauer gesagt die cologne on pop GmbH und andere Unternehmen aus der Kölner Musik- und Veranstaltungswirtschaftsbranche, die sich hier auf 3000 Quadratmetern über drei Etagen eingemietet haben. Im fünften Stock residiert die cologne on pop GmbH, die unter anderem das alljährliche c / o pop-Festival ausrichtet, darunter wird ab Ende August das Kölner Pop-Magazin „Intro“ residieren, die 3. Etage teilen sich rund 30 Firmen und Ich-AGs. Musiker, Mini-Labels, Regisseure, Cutter, Grafik- und Sound-Designer. Mehr als 200 Kreative werden schließlich in rund 50 Firmen im 4711-Haus arbeiten, auch neue Jobs sind dabei entstanden.

Schon denken die pop-affinen Lokalpatrioten darüber nach, auch noch die 6. Etage anzumieten. „Man kann auch in der Krise Zeichen setzen“, freut sich Manfred Post, der Referent für Popkultur der Stadt Köln. Für ihn ist das „klassische Standort-Politik“. Man darf es auch betreutes Arbeiten nennen: Im Paket enthalten sind kostenlose Starterprogramme und Beratungen für die Kleinstunternehmer. Auch eine eigene Download-Plattform für Musik aus Köln will man in den nächsten Monaten basteln.

1,5 Millionen Euro vom Land NRW fließen in den Pop-Standort

Mit dem selbstbewusst betitelten Konzept „The Sound of Cologne - From Good to Great“ hatte man sich im vergangenen Jahr beim „Create.NRW“-Förderwettbewerb der Landesregierung beworben. Von 100 zum Wettbewerb

zugelassenen Projekten konnten sich fünf durchsetzen, unter anderem „Sound of Cologne“ als einziges Musikprojekt. Über drei Jahre fließen nun insgesamt 1,5 Millionen Euro an Landesmitteln ins neue Ehrenfelder Zentrum. „Unser Oberziel ist, Köln als eine der fünf wichtigsten Musikstädte in Europa zu etablieren“, sagt Norbert Oberhaus, Geschäftsführer der cologne on pop GmbH. So oder ähnlich formulierte Oberhaus das bereits, als er nach dem Weggang der PopKomm das kleine aber feine c / o-pop-Festival ins Leben rief. Was damals nach Trotz und Übermut klang, erscheint heute als realistische Perspektive. „Jetzt sind wir vom Festival zum Kulturprovider aufgestiegen.“ Mit fünf Mitarbeitern hatte die kleine Popfirma im Jahr 2004 angefangen, inzwischen arbeiten hier 18 Leute. „Es fühlt sich einfach gut an“, sagt Oberhaus, der erst vor einer guten Woche ins Ehrenfelder Hochhaus gezogen ist. „Wir verspüren hier eine gewisse Aufbruchstimmung.“ Wenn dann im Jahr 2011 das Projekt ausläuft, wird wohl nicht jede Kleinstfirma überlebensfähig bleiben. Doch andere wiederum könnten sich ähnlich der c / o pop GmbH erfolgreich vergrößert haben.

Der „Sound of Cologne“ hat sich vernetzt, spielt jetzt da mit, wo Pop noch gefragt ist und gefördert wird. Das neue - und noch namenlose - Musikzentrum im 4711-Haus ist da nur ein Vorhaben unter vielen. Köln vertritt als quasi-offizielle Landeshauptstadt der Musik Nordrhein-Westfalen im Bund und im Ausland. Man reist mit Kölner Bands und Musikern auf ausländische Branchentreffs, baut in Kooperation mit dem Goethe-Institut ein c / o-pop-ähnliches Festival im indischen Delhi auf, unterstützt in Peking ebenfalls das Goethe-Institut bei einer Reihe über elektronische Musik aus Deutschland. Zudem wird man für die Expo 2010 in Shanghai tätig. Und nicht zuletzt organisiert „Sound of Cologne“ im Auftrag des Landes NRW einen Tag während der Popkomm in Berlin.

Auch an der Heimatfront bewegt sich was: So sucht „Sound of Cologne“ nach einem geeigneten Open-Air-Gelände in Köln für Groß-Events mit bis zu 30 000 Besuchern. Für die von Leipzig nach Köln abgewanderte Computerspielmesse Gamescom veranstaltet die ebenfalls am „Sound of Cologne“-Cluster beteiligte Media Kultur Köln GmbH ein üppiges Umsonst-und-Draußen-Programm zwischen Rudolf- und Friesenplatz, das am 19. August mit einem Konzert der Toten Hosen im Müngersdorfer Stadion startet, die c / o pop berät konzeptionell.

Smells like Ringfest? Schon, aber mit Betonung auf Musik, gute Musik. Kommen die fetten 90er Jahre wieder nach Köln? Wohl kaum und manches vermisst man ja auch gar nicht. Aber inmitten zweier Krisen, der lange währenden Magerjahre der Musikindustrie und der globalen Finanzkrise haben sich in Köln die lokalen Kräfte zusammen gefunden und professionalisiert. Und verpassen ihrer Stadt eine neue Duftmarke.

<http://www.ksta.de/jks/artikel.jsp?id=1238966957999>

Copyright 2009 Kölner Stadt-Anzeiger. Alle Rechte vorbehalten.