



Unterlage zur Sitzung im öffentlichen Teil

Gremium	am	TOP
Wirtschaftsausschuss	07.04.2008	

Anlass:

Mitteilung der Verwaltung

Beantwortung von Anfragen
aus früheren Sitzungen

Beantwortung einer Anfrage
nach § 4 der Geschäftsord-
nung

Stellungnahme zu einem
Antrag nach § 3 der Ge-
schäftsordnung

Wirtschaftswerbung der Stadt Köln durch Köln-Promotion Darstellung der Aktivitäten in 2007

Der Wirtschaftsausschuss hat auf seiner Sitzung vom 11.06.2007 die in der Vorlage dargestellten Aktivitäten im Rahmen von "Köln-Promotion 2007" befürwortet und die entsprechende Mittelfreigabe beschlossen.

Mit der Bereitstellung von zusätzlichen Haushaltsmitteln gegenüber dem Vorjahr wurde die Voraussetzung insbesondere für die Intensivierung der internationalen Marketingaktivitäten mit den Schwerpunktländern China, Indien und Türkei geschaffen. Mit den Städtepartnerschaftsjubiläen: 10 Jahre Köln – Istanbul und 20 Jahre Köln – Peking bestanden hier hervorragende Anknüpfungspunkte für wirkungsvolle Auftritte wie das achtseitige Köln-Special in China's führender Zeitung Beijing Youth Daily.

Das Dezernat für Wirtschaft und Liegenschaften hat darüber hinaus im Jahr 2007 die Federführung für das für das städtische Marketing zentrale Thema "Marke Köln" übernommen. In enger Abstimmung mit dem Presseamt und KölnTourismus wurde am 19.12.2007 ein erstes "Markenboard" durchgeführt. Das Markenboard ist ein Gremium von rund 20 hochkarätigen Vertreterinnen und Vertreter der Kölner Wirtschaft unter der Leitung des Wirtschaftsdezernenten. Das erste Treffen war der erfolgreiche Startschuss für eine breitere Markendiskussion. Die Stadt kann so gemeinsam mit der Kölner Wirtschaft und weiteren Institutionen über die konsequente Weiterentwicklung und Bewerbung der Marke Köln sprechen. Auf dieser Grundlage werden einzelne Marken-Themen in den kommenden Monaten in Arbeitsgruppen mit dem Ziel aufbereitet, gemeinsame Aktionen und Kampagnen zu entwickeln. Auf dem nächsten Treffen des Markenboards sollen die weiterführenden Projekte und Kampagnen vorgestellt und beschlossen werden. Da eine erfolgreiche Markendiskussion nicht ausschließlich in Eigenregie der Stadt geführt werden kann, ist der Ansatz, die Markendiskussion auf einer breiten Basis zu führen, zielführend. Ein positiver Nebeneffekt ist darüber hinaus, dass alle beteiligten Persönlichkeiten ihre Bereitschaft signalisiert haben, den Markenprozess personell und/oder finanziell zu unterstützen.

Ein elementarer Bestandteil bei den Maßnahmen der Wirtschaftswerbung war auch im vergange-

nen Jahr die projektbezogene, branchenorientierte Kooperation mit der Wirtschaft. Die Zusammenarbeit mit den Unternehmen und Wirtschaftsinstitutionen ist zum einen Ausdruck der Akzeptanz dieser Aktivitäten auf Seiten der Unternehmen. Auf der anderen Seite erhöht sie die Durchschlagskraft und trägt zusätzlich dazu bei, die Kostenbelastung für die Stadt Köln bei den einzelnen Maßnahmen wie der Beteiligung an den Immobilienmessen Expo Real und München, bei denen die Wirtschaftsförderung die Organisations- und Moderationsrolle übernimmt über das erfolgreiche Einwerben von Stand-Partnern deutlich zu reduzieren.

Branchenschwerpunkt Immobilienwirtschaft

Im vergangenen Jahr konnte der Kölner Immobilienmarkt zwar keine neue Rekordmarke erreichen. Mit 277.000 Quadratmetern (Greif & Contzen:285.000qm) bei den Bürovermietungen hat Köln 2007 laut Atisreal allerdings das bisher zweitbeste Ergebnis erzielen können. Die Stabilität auf hohem Niveau belegt erneut, dass die Domstadt sich dauerhaft in der traditionellen Spitzengruppe deutscher Immobilienstandorte etablieren konnte. So konnte die Domstadt 2007 mit einem Ergebnis von etwa 1,8 Milliarden Euro das bereits sehr gute Vorjahresergebnis bei den Immobilieninvestments noch einmal um etwa 25 Prozent übertreffen und einen neuen Rekordumsatz erzielen.

Nachfolgend sind die wichtigsten Maßnahmen aufgeführt, die auf Basis der Jahresplanung erfolgreich durchgeführt wurden. Neben den Maßnahmen des Amtes für Wirtschaftsförderung sind wieder die zentralen Aktivitäten dokumentiert, die federführend von der Stabsstelle Medien und vom Amt für Stadtentwicklung und Statistik durchgeführt wurden. Wichtige Maßnahmen waren u.a.:

I. Insertionswerbung

Für eine Imagekampagne zum Wirtschaftsstandort Köln über Anzeigen in der nationalen und internationalen Wirtschaftspresse standen nach wie vor keine ausreichenden Haushaltsmittel zur Verfügung. So hat die Köln-Promotion Insertionen auch im vergangenen Jahr gezielte Einzelauftritte auf solche Anzeigen konzentriert, in der Umfeld eine redaktionelle Berichterstattung über den Standort Köln erreicht werden konnte und so eine zusätzliche Aufmerksamkeitswirkung zu erwarten war. So war Köln über Insertionen u.a. vertreten in der zehnteiligen Sonderveröffentlichung des Handelsblatts vom 18./19./20. Mai 2007 oder den ebenfalls repräsentativen Standortspecials der WELT/WELT am Sonntag vom März und der Financial Times Deutschland vom September 2007. Der Kölner Wochenspiegel hat darüber hinaus eine Beilage zum Gewerbegebiet Ossendorf aufgelegt, die von der Wirtschaftsförderung ebenso für eine Anzeigenbeteiligung genutzt wurde wie die Sonderausgabe eines Investoren Guide NRW im Wirtschaftsblatt.

II. PR-Arbeit

Standortbeilagen und -informationen in der Presse

Trotz der dichten Frequenz der Standortbeilagen aus unterschiedlichen Verlagshäusern der Tagespresse, die sich mit dem Wirtschaftsraum Köln befassen, ist das Interesse am Standort Köln ungebrochen. So haben zusätzlich zu den unter I. genannten Sonderbeilagen eine ganze Reihe Verlage mit unterschiedlichsten Produkten den Wirtschaftsraum Köln und aktuelle Entwicklungen vor Ort mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung aufgegriffen. So hat beispielsweise das Wirtschaftsblatt neue Immobilienprojekte in der Domstadt präsentiert (Heft 2/2007, Schwerpunktthema „Köln baut“), die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung hat im Immobilienenteil vom 11. März prominente Kölner Projektentwicklungen vom Mercedes Benz Center über das Weltstadthaus von P & C bis etwa hin zum Rheinauhafen ausführlich vorgestellt. Der Kölner Stadt-Anzeiger hat unter dem Titel „Unternehmen & Märkte – Unsere starke Region im Aufwind“ eine achtseitige Sonderbeilage aufgelegt.

Im internationalen Bereich hat sich die Wirtschaftsförderung unter anderem am Special „Business in Germany“ beteiligt, das im Dezember als Sonderbeilage des Daily Telegraph aktuelle Informationen zum Wirtschaftsstandort Deutschland in den Fokus rückte.

Köln Magazin

Das repräsentative Köln Magazin erscheint vierteljährlich und bildete auch 2007 einen Schwerpunkt im Bereich der PR-Arbeit. Mit seinen Branchenporträts, den Darstellungen zur Entwicklung der modernen Kölner Gewerbestandorte, Meldungen zu Neuansiedlungen, zentralen Nachrichten aus Kölner Unternehmen, mit der regelmäßigen Kolumne des Oberbürgermeisters und der Präsentation wichtiger Facetten der kommunalen Wirtschaftspolitik liefert die Publikation kontinuierlich einen Überblick über zentrale Elemente der Standortentwicklung. Damit ist das Köln Magazin, das Wirtschaftsförderung und Amt für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit gemeinsam mit der Maerken Kommunikation GmbH herausgeben, eine optimale Plattform zur Darstellung der Arbeit der Stadt, der städtischen Service-Angebote sowie zentraler Schwerpunkte stadtrelevanter Entwicklungen. Das Magazin finanziert sich ausschließlich über die eingeworbenen Anzeigen. Insbesondere zur Vermittlung wichtiger wirtschaftlicher Aspekte und zur Profilierung des Wirtschaftsstandortes Köln im Hinblick auf die regionale Öffentlichkeit und relevante Entscheider hat es sich als bewährtes Medium etabliert. Ergänzend kommt es insbesondere mit seinen ausführlich aufbereiteten Schwerpunktthemen im Rahmen der überregionalen Akquise bei individuellen Standortanfragen ebenso wie bei Messebeteiligungen zum Einsatz. Speziell zur MIPIM 2007 kam dabei ein Sonderdruck zum Einsatz, die aktualisierte Titelgeschichte der vorangegangenen Herbstausgabe zum Kölner Immobilienmarkt in englischer Fassung. Mit solchen Sonderdrucken bietet das Magazin gute Möglichkeiten, kurzfristig und kostengünstig branchenspezifische Informationen für internationale Zielgruppen zu erstellen.

Sonderheft Köln des Immobilien Manager

Mit Unterstützung der Wirtschaftsförderung hat der renommierte Kölner Verlag Immobilien Manager im Frühjahr eine englische Ausgabe seines Städtereports Köln aufgelegt. So stand im Vorfeld der MIPIM ein attraktives und sehr informatives Medium zur Verfügung, mit dem die Wirtschaftsförderung auch internationale Branchenvertreter und Messegäste über die jüngsten Entwicklungen in der Domstadt informieren und durch Versandaktionen in geeigneter Weise auf den städtischen Gemeinschaftsstand Cologne & Partner während der MIPIM aufmerksam machen konnte. Auch bei der Realisierung des jüngsten Standortporträts des Immobilien Manager vom Sommer 2007 hat die Wirtschaftsförderung den Verlag bei der Ansprache der in Köln aktiven Branchenspezialisten unterstützt, um über eine möglichst breite Beteiligung vieler Unternehmen zu einem repräsentativen Porträt des starken Kölner Immobilienmarktes beizutragen.

III. Informations- und Imagebroschüren/Internet-Präsentationen

Neuaufgabe der Broschüre Cologne Business Guide

Die Broschüre „Cologne Business Guide“ stellt ein wichtiges Instrument zur internationalen Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Köln dar. Sie informiert in der Basisversion zweisprachig in Deutsch und Englisch über verschiedene Aspekte des Standortes Köln. Neben textlicher Darstellung sind im „Cologne Business Guide“ Zahlen über den Wirtschaftsstandort Köln zu finden, Informationen über wichtige Ansprechpartner sowie eine Auswahl von Unternehmen in Köln, sortiert nach einzelnen Branchen. Zahlreiche Angaben zu Homepages mit weiterführenden Informationen ergänzen den Service-Teil der Broschüre und sind zum Teil auch im Textteil zu finden.

Aufgrund der guten Einsetzbarkeit der Broschüre bei Veranstaltungen und Auslandsreisen des Oberbürgermeisters wurde der „Cologne Business Guide“ Anfang 2007 neu aufgelegt und aktualisiert. Auf Basis der deutsch/englischen Neuaufgabe wurde dann ebenfalls die englisch/chinesische Version überarbeitet und neu aufgelegt. Mit Blick auf die verstärkten Aktivitäten im Zusammenhang mit dem Zielland Türkei wurde erstmals auch eine türkisch/deutsche Version herausgegeben.

Newsletter „Business Facts Cologne“

Unter dem Titel „Business Facts Cologne“ gibt die Wirtschaftsförderung seit 2007 einen elektronischen Newsletter in einer deutschen und einer englischen Version heraus. „Köln International“ steht im Fokus dieser neuen Publikation des Amtes für Wirtschaftsförderung, die über aktuelle Ansiedlungen in Köln informiert, wichtige internationale Institutionen präsentiert und jeweils einen Wirtschaftsbotschafter der Stadt Köln vorstellt. Auch Standortargumente, die für Köln sprechen, werden dargestellt. 10 Jahre Städtepartnerschaft Köln – Istanbul waren in der ersten Ausgabe der

„Business Facts Cologne“ Aufhänger für eine ausführliche Darstellung der Dynamik türkischer Unternehmen am Standort Köln und zentraler türkischer Einrichtungen. In der zweiten Ausgabe standen die China-Offensive der Stadt Köln und das 20-jährige Jubiläum der Städtepartnerschaft zwischen Köln und Peking im Vordergrund.

Zielgruppen des per E-Mail versandten Newsletters sind Unternehmen und wirtschaftsbezogene Einrichtungen in Köln und vor allem in den Zielländern der Wirtschaftsförderung (z.B. Botschaften und Auslandshandelskammern, Wirtschaftsbotschafter der Stadt Köln und „Köln-minded People“ (im Ausland lebende ehemalige Kölner), die auf diesem Wege kompakte Köln-Informationen erhalten. Der Newsletter erscheint vier- bis sechsmal pro Jahr und wird auch jeweils aktuell auf www.stadt-koeln.de/wirtschaftsstandort eingestellt.

Monographien Deutscher Wirtschaftsgebiete

Zusammen mit dem Verlag Kommunikation & Wirtschaft GmbH aus Oldenburg hat die Wirtschaftsförderung in der Reihe „Monographien deutscher Wirtschaftsgebiete“ den Band „Rheinmetropole Köln“ herausgegeben. Das zweisprachige, in Deutsch und Englisch verfasste Buch stellt Köln als attraktiven und zukunftssträchtigen Standort für Wirtschaft, Wissenschaft und zahlreiche Branchen in Wort und Bild vor.

Auf 184 Seiten informieren Experten u.a. aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur in mehr als 30 Beiträgen über die Kompetenzen und Stärken der Metropole Köln in ihrer ganzen Bandbreite vor. Illustriert wird der Band durch aussagekräftige Fotos.

Der Band ist im Buchhandel erhältlich und wird parallel von den mit Unternehmensporträt vertretenen Firmen als Marketing-Instrument genutzt. Auch die Wirtschaftsförderung setzt ihr Kontingent als hochwertige Standortpräsentation im Rahmen der Akquise und Kontaktpflege bei Auslandsbesuchen/Delegationen ein.

Neue Gewerbegebietsfolder

Zum Start der Vermarktungsaktivitäten für das Gewerbegebiet an der Rösrather Straße, das neben städtischen Flächen auch Grundstücke in privater Hand umfasst, hat sich die Wirtschaftsförderung an der Erstellung eines Folders des neuen Standorts am Heumarer Dreieck beteiligt. Während die Kooperationspartner Layout- und Druckkosten getragen haben, hat die Stadt die erforderlichen Pläne, Karten und Bildmaterialien beigesteuert, so dass der Wirtschaftsförderung kostengünstig ein ausreichendes Broschürenkontingent für die eigenen Aktivitäten zur Belegung der Gewerbeflächen zur Verfügung steht.

Medien- und Kommunikationsstadt Köln

Die Stabsstelle Medien, das Amt für Stadtentwicklung und Statistik und das Amt für Wirtschaftsförderung haben gemeinsam mit der IHK als weitere aktualisierte Auflage die Broschüre "Medien- und Kommunikationsstadt Köln 2007" herausgegeben. Diese in einer deutschen und einer englischen Ausgabe aufgelegte Publikation ist ein Erfolgsbaustein bei der kontinuierlichen Außendarstellung des Medien- und Kommunikationsstandortes Köln. Dank breiter Zulieferung aktueller Informationen sowie attraktiver Fotomaterialien durch die Branche gibt die Imagebroschüre einen gebündelten Überblick zur Kölner Medienwirtschaft. Darüber hinaus fließt die jeweils aktualisierte Fassung in den Internetauftritt der Stabsstelle Medien ein. Das Branchenportrait kommt jeweils im Rahmen der Beantwortung von Standortanfragen zum Einsatz und erreicht im Verbund mit den Tagungsunterlagen zum Medienforum mit einem Großteil der aktuellen Auflage jedes Jahr regelmäßig die Kernzielgruppe von wichtigen Entscheidern und Multiplikatoren in der Medienwirtschaft.

Einzelhandelsmagazin „Lebensart“

Das vom Wienand-Verlag in Kooperation mit dem Einzelhandel und der Wirtschaftsförderung initiierte Magazin „Lebensart – Leben und Einkaufen in Köln“ leistet als bewährtes Instrument zur Präsentation insbesondere von inhabergeführten Einzelhandels-adressen einen wichtigen Beitrag mit Blick auf das Einkaufserlebnis Köln und kommt neben Anfragen zum Einzelhandelsstandort bei Bedarf auch im Rahmen einschlägiger Kongresse zum Einsatz.

Broschüre: „Logistik – Region Köln Bonn“

Zusammen mit der Cologne Bonn Business - Standortmarketing Region Köln/Bonn GmbH - (CBB) und der Industrie- und Handelskammer zu Köln hat das Amt für Stadtentwicklung und Statistik eine

Logistikbroschüre herausgegeben, die die Logistikkompetenz der Region Köln/Bonn darstellt und international bewirbt. Schwerpunkte der Präsentation sind u. a. der Airport Köln/Bonn, die Kölner Häfen, das Güterverkehrszentrum Köln-Eifeltor sowie das regionale Pipelinenetz. Die Broschüre ist im Frühjahr 2007 zweisprachig (Deutsch/Englisch) zum Auftritt der „Logistikregion Köln – Bonn“ auf der internationalen Fachmesse „transport logistic“ in München erschienen.

Köln-Filme

Nachdem das Defizit an geeigneten Köln-Filmen im vergangenen Jahr deutlich zu Tage trat, konnte in Kooperation mit unterschiedlichen Partnern gleich zwei Produkte kostengünstig realisiert werden. Zum einen produzierte Center-TV mit einer „Köln-Hymne“ auf Basis des Tommy Engel Liedes „Du bist Kölle“ ein stimmungsvolles Stadt-Porträt auf Basis eines Zusammenschnitts bereits vorhandenen Materials.

Vom Kölner Produktionsunternehmen MMC konnte zum anderen mit Unterstützung zahlreicher Kölner Unternehmen und Institutionen darüber hinaus als Übergangslösung bis zur Fertigstellung eines neuen gedrehten Köln-Films, ebenfalls aus vorhandenem Filmmaterial ein attraktives Stadtportrait realisiert werden.

IV. Messen, Ausstellungen, Symposien

medienforum.nrw 2007

Im Jahr 2007 wurde das medienforum.nrw zum zweiten Mal von einer 100%-igen Tochter der Landesanstalt für Medien, der LfM Nova GmbH, organisiert und durchgeführt. Die Medienstabsstelle war bei der Programmentwicklung stark involviert und hat vielfältige Hilfestellung in organisatorischen Fragen gegeben. Ein besonderes Highlight war die Anwesenheit der Bundeskanzlerin Angela Merkel am zweiten Tag des medienforum.nrw. Die Stadt Köln unterstützte das medienforum.nrw mit einem Zuschuss. Damit wurde das gesamte medienfest.nrw finanziert. Die Restsumme floss vollständig in das medienforum.nrw.

medienfest.nrw

Im Jahr 2007 fand zum ersten Mal an dem Wochenende vor dem medienforum.nrw das medienfest.nrw statt, eine gemeinsame Veranstaltung der Stadt Köln und der LfM Nova GmbH. Ziel der Veranstaltung war es, die Vielfalt und die Heterogenität der Medienwirtschaft widerzuspiegeln. Schüler, Studierende und Berufseinsteiger konnten sich bei über 40 Ausstellern im Kölner Media-Park über Aus- und Weiterbildung in der Medienbranche informieren - durch Beratung an Infoständen, Teilnahme an Schnupperkursen einzelner Berufsbilder und Ausbildungsberufe oder durch einen Eindruck der praktischen Anwendung eines Berufes bei einem Blick hinter die Kulissen von im Mediapark ansässigen Unternehmen. Die positive Resonanz bei den Ausstellern als auch die hohen Besucherzahlen (ca. 2.500 Fachbesucher bei insgesamt 15.000 Besucherinnen und Besuchern) hat deutlich gemacht, dass der Beratungs- und Informationsbedarf zu Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Medienbranche bei jungen Menschen immer noch sehr hoch ist. Das attraktive Musikprogramm an beiden Tagen wurde besonders angenommen.

Cologne Conference

Die Cologne Conference ist eine der renommiertesten Veranstaltung im Fernsbereich, die über Deutschland hinaus Anerkennung findet. Im Jahr 2007 fand die 17. Cologne Conference zum ersten Mal losgelöst vom medienforum.nrw statt.

Die Verlagerung in den Herbst ins Umfeld des „Deutschen Fernsehpreises“ ist durchweg positiv aufgenommen worden, zahlreiche wichtige Branchenplayer in Köln waren anwesend und konnten für den Kongress gewonnen werden. Erstmals wurde mit Unterstützung der Stadt Köln und der Filmstiftung NRW der „Filmpreis Köln“ im Jahr 2007 vergeben.

Erst relativ spät sagte das Land NRW eine Förderung zu. Die Cologne Conference wurde wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Medienstandort maßgeblich von der Stadt Köln unterstützt.

Deutscher Kamerapreis und film+ (Schnitt-Preis)

Der deutsche Kamerapreis fand 2007 zum 17. Mal in Köln statt und das Renomee wird immer größer. Dies wird auch dadurch deutlich, dass nunmehr 11 Mitglieder den Verein tragen und damit eine

der wichtigsten Preisverleihung für die Bildgestaltung in Film und Fernsehen in Köln ermöglichen. Mitglieder des Deutschen Kamerapreis Köln e.V. sind: WDR, ZDF, Bayerischer Rundfunk, SWR, Premiere Deutschland, Filmstiftung NRW, nobeo GmbH, LfM (Landesanstalt für Medien), tpc (tv productioncenter zürich ag) sowie als neue Mitglieder seit Ende 2007 Studio Hamburg GmbH und Colonia Media GmbH. Vorsitzender des Vereins ist der Oberbürgermeister der Stadt Köln. Die Verleihung des Deutschen Kamerapreises fand 2007 erneut erfolgreich im Rahmen des Medienforums NRW statt. Das „medienforum.nrw“ unterstützt die Preisverleihung auch finanziell. Neben dem Kamerapreis hat sich die zweite maßgebliche Preisverleihung der „Schnitt-Preis“ in Köln als der Branchentreffpunkt für Editoren in Deutschland etabliert. Wichtige Partner neben der Stadt Köln und der Filmstiftung NRW sind die BMW Group und die VG Bildkunst. Erstmals gehörte 2007 das Land NRW zu den Unterstützern der Veranstaltung. Veranstalter der gesamten Veranstaltung „film+“ ist der Schnitt-Verlag, der in Köln ansässig ist.

„Cinepänz“

Das 18. Kinderfilmfest „Cinepänz“ wurde 2007 durchgeführt. Der Veranstalter JFC Medienzentrum Köln ist mit der Veranstaltung auch Mitglied im „Netzwerk Kinderfestival NRW“. Ein gemeinsam mit der Stadt Köln entwickelter Programmteil zum „Medienstandort Köln“ wurde 2007 wieder stärker ausgebaut, so dass das Festival „Cinepänz“ eine stärkere Bindung zum Medienstandort Köln erhält.

Drehbuchpreis Köln

Der Drehbuchpreis Köln ist mit 15.000,-- Euro dotiert, die von der Imhoff-Stiftung als Preisgeld zur Verfügung gestellt werden. Ziel des Preises ist es, hochwertige Drehbücher, die Köln zum Thema haben zu entwickeln. Aus über 80 Einsendungen wurde ein Exposé ausgewählt, welches durch das Preisgeld fertig gestellt werden konnte und nunmehr verfilmt wird. Mit dem städtischen Beitrag wird der Gruppe „filminitiativ“ die Durchführung und Organisation des Wettbewerbs ermöglicht. Der zweite Wettbewerb wurde im Mai 2007 beendet und ein Preisträger gekürt, der bis Ende 2007 sein Drehbuch vollendet.

Kurzundschön

Mit dem Wettbewerb kurzundschön hat die Kunsthochschule für Medien gemeinsam mit dem WDR einen hochwertigen Studentenwettbewerb für kurze Filme entwickelt. 2007 wurde der 1. und der 3. Preis für den „narrativen Film“ von der Stadt Köln vergeben. Die Zusammenarbeit mit dem Ziel einer verbesserten Wahrnehmung in der bundesweiten Produktionsbranche soll auch 2008 weitergeführt werden.

German Films Previews und Indi-Filmmesse

Mit der German Film Previews und der Filmmesse fanden 2007 zwei Veranstaltungen statt, die sich ganz speziell an Verleiher, Kinobesitzer und Filmveranstalter richteten. Die German Films Previews, die bisher 6 Jahre lang in München statt fanden, wurden auf Initiative der Filmstiftung NRW 2007 erstmals in Köln veranstaltet. Ca 100 Filmeinkäufer aus dem Ausland kamen für drei Tage nach Köln, um im Cinedom verschiedene deutsche Filme zu sichten. Die Veranstaltung war so erfolgreich, dass sie 2008 wieder nach Köln kommt. 2007 wurde zudem erstmals wieder eine Filmmesse im Cinedom ausgerichtet, zu der direkt wieder 900 Besucher aus dem deutschsprachigen Raum nach Köln kamen. An zwei Tagen zeigten die Verleiher ihr Programm für die nächsten Monate, wobei der Schwerpunkt auf Independent Filmen lag.

Kino als Ort /Filmforum NRW

Gemeinsam mit dem Filmforum NRW wurde eine Reihe initiiert, die unter dem Titel „Kino als Ort“ die verschiedenen Aspekte der Bedeutung des Kinos für eine Stadt sowie als Ort der Kommunikation und der Kultur deutlich machen. Die Reihe wurde 2007 gestartet und wird 2008 fortgesetzt. Nicht aufgelistet ist hier eine der wichtigsten Veranstaltungen für Köln, der „Deutsche Fernsehpreis“, da dieser unabhängig von der Stadt Köln stattfindet. Selbstverständlich steht die Stabsstelle Medien aber als Ansprechpartner für Fragen oder bei Problemen im Kontakt mit den Veranstaltern.

„Eyes&Ears Conference“

Der Verband „Eyes&Ears of Europe“ mit rund 80 Mitgliedsunternehmen hat seinen Sitz in Köln und beschäftigt sich im Schwerpunkt mit der audiovisuellen Bildgestaltung, aber auch mit allen anderen Formen medialer Gestaltung und des Mediendesigns. Durch die Unterstützung der jährlich stattfindenden Conference kann das Interesse der Stadt Köln an dem Verband dokumentiert werden und so ein immer wieder diskutierter Standortwechsel verhindert werden. Die Förderhöhe entspricht dabei der Höhe einer Mitgliedschaft.

Kids and Games

Mit der Media Business Akademie und der Staatskanzlei NRW wurde zum zweiten Mal in 2007 eine Veranstaltung in Köln durchgeführt, die von der Industrie finanziert und sich an Pädagogen richtete. Die Veranstaltung wurde bundesweit in der Presse hervorgehoben. Darüber hinaus hatte städtisches Personal aus den Jugendeinrichtungen aufgrund der Kooperation freien Zutritt und erhielt die Dokumentation zur Veranstaltung.

Jugendforum NRW

Federführend durch das Jugendamt konnte erneut mit Unterstützung der Stabsstelle Medien und des Ministeriums für Generationen, Familie, Frauen und Integration des Landes NRW eine Wochenendveranstaltung in Köln durchgeführt werden, die sich direkt an Jugendliche richtete und das Thema Medienkompetenz verantwortlich darstellt.

In 2007 konnten durch die verstärkte Öffentlichkeitsarbeit mehr Jugendliche erreicht werden. Hilfreich war zudem das Engagement von Turtle Entertainment aus Köln. Das Unternehmen organisierte eine Schulmeisterschaft für NRW. Alle Schulen waren eingeladen, in Teams um einen von der NetCologne gespendeten Computer zu spielen, der unter dem Titel „Spielen für Bildung“ dem Lehrvertreter für die Schule des Gewinnerteams übergeben wurde.

Comic-Nachwuchspreis „Manga Magie“

Mit Manga Magie fand 2007 zum sechsten Mal der Nachwuchspreis für junge Comiczeichner statt. Fast 900 Einsendungen aus ganz Deutschland zeigten wieder hervorragende Arbeiten, die von einer Jury prämiert und im Rathaus der Stadt Köln gewürdigt wurden. Maßgebliche Partner des Preises sind alle wichtigen Comic-Verlage aus Deutschland, darunter Egmont-Ehapa aus Köln. Initiator und Veranstalter von Manga Magie ist die Buchhandlung Ludwig.

Digital Content im Rahmen der c/o pop

Im Rahmen der c/o pop und in Kooperation mit den Veranstaltern sowie mit dem eco-Verband und der Deutschen Welle wurde ein ganztägiger workshop durchgeführt, der sich mit dem Thema „digitale Distribution“ beschäftigt hat. Dies war mit rd. 300 Teilnehmern in 2007 und einem bundesweiten Presseecho neben den Musikveranstaltungen das best besuchte Programm der c/o pop. Darüber hinaus hat sich die Stadt Köln bei einem defizitären Tagesprogramm engagiert, der sich mit beruflichen Perspektiven und Arbeitsmarktchancen vor dem Hintergrund neuer digitaler Vertriebswege beschäftigte.

Soundtrack cologne

Die soundtrackcologne hat sich als Treffpunkt für Komponisten und Soundgestalter für Film, Fernsehen und andere medialen Verwertungen etabliert. 2007 waren sowohl Oscar-Preisträger als auch Preisträger und Nominierte des Deutschen Filmpreises bereit, während der dreitägigen Konferenz Einblick in Ihre Arbeit zu geben. Während der Soundtrack Cologne fand erneut das Europäische Hochschultreffen statt, verbunden mit einem Wettbewerb, in dem als Preis die Umsetzung einer Komposition mit dem WDR Rundfunkorchester steht. 2007 wurde die Soundtrack Cologne erstmals während der Filmfestspiele Cannes präsentiert.

Gaming Gathering Cologne

Es handelt sich hierbei um den Aufbau eines Netzwerkes Kölner Unternehmen der Computerspielebranche einerseits und eines Forschungsnetzwerkes, welches alle wissenschaftlichen Einrichtung der Kölner Region zu diesem Thema miteinander vernetzt. Das Branchennetzwerk wurde 2007 erfolgreich in die Hände der Branchenverbände eco e.V. und den GAME – Verband überführt, die nun regelmäßig Treffen mit bis zu 50 Teilnehmern aus dem ganzen Bundesgebiet organisieren. Das Netzwerk der Forschungseinrichtungen verbleibt vorläufig noch in städtischer Koordination aufgrund

der weiterzuentwickelnden Standortvorteile.

World Cyber Games 2008

Mit einer erfolgreichen Bewerbung, die von Stabsstelle Medien und Amt für Wirtschaftsförderung mit der Koelnmesse entwickelt wurde, konnte sich die Stadt Köln unter so prominenten Mitbewerbern wie Shanghai und dem koreanischen Pusan als Gastgeberstadt für die World Cyber Games (WCG)2008 durchsetzen. Die WCG sind die weltweit bekanntesten Wettkämpfe im elektronischen Sport mit rd. 2.000 Spielern aus Teams über 80 Nationen. Die Möglichkeiten, Köln einem weltweiten jungen Publikum als attraktive Besucherstadt und Wirtschaftsstandort über die Medienresonanz darzustellen, sind immens und unterstreichen das durch die FIFA- und die Handball- Weltmeisterschaft mobilisierte Potenzial.

Grimme Online Award

Nachdem nunmehr Klarheit besteht, dass der Grimme Online Award (GOA) dauerhaft in das medienforum.nrw integriert ist, wurde das Engagement 2007 ausgeweitet. Der GOA hat in 2007 die Preisverleihungen mit einem Stadt Köln Projekt verbunden, welches Internetseiten für Eltern und Pädagogen zum Umgang mit Kindern und Jugendlichen mit neuen Medien in besonderer Weise ausgezeichnet und dokumentiert hat. Neben der öffentlichkeitswirksamen Preisverleihung in der Vulkanhalle, gab es eine Veröffentlichung der Dokumentation im August 2007 mit kostenlosem download – Angebot auf www.stadt-koeln.de/medienstandort .

ITK – Rheinschiene

Der Ausbau der regionalen Zusammenarbeit im IT-Sektor wurde in 2007 intensiviert. So wurde sukzessive die Internetseite www.itk-rheinschiene.de mit den Partnern der Städte und IHK'en Düsseldorf, Köln und Bonns auf- und ausgebaut. Im Herbst 2007 wurde eine Unternehmerdatenbank für die Medien- und IT-Branche zugänglich gemacht, die sich aus den Daten der Kammern in der Region speist. Somit kann der Markt regional transparenter werden. Zudem werden alle regionalen Veranstaltungen hier beworben.

Guided Tours Cebit

Die Stadt Köln hat in 2007 erstmalig den Service für Kölner Unternehmen gemeinsam mit der ITK-Rheinschiene ausgebaut. Hier werden IT-Unternehmen in Begleitung eines „Lotsen“ über die Messe geführt und im Vorfeld Termine mit wichtigen Akteuren verabredet. Das Angebot wurde sehr gut angenommen. Die geführten Touren wurden nunmehr in das offizielle Tagesprogramm der Messe Hannover aufgenommen und werden in 2008 fortgesetzt.

Kölner Forum Medienrecht

Mit der Zielsetzung wieder verstärkt Kölner Kompetenzen im Bereich Medienrecht ins medienforum.nrw einfließen zu lassen, haben verschiedene Partner mit Beteiligung der Stadt Köln das Kölner Forum Medienrecht gegründet. Die erste Auftaktveranstaltung fand im Ratssaal mit rd. 170 Teilnehmern statt und thematisierte die Frage „wem gehört der Sport“ vor dem Hintergrund aktueller wettbewerbsrechtlicher Fragen zum Verkauf von Sportrechten sowie Sportwetten als Mediendienst.

Second Life

Die Deutsche Medienakademie Köln und die Stadt Köln haben im Sommer vor dem Hintergrund der Abbildung des Kölner Doms in Second Life und der daran anschließenden Rechtefragen gemeinsam mit der Dombauhütte und dem Erzbistum Köln im Vortragssaal der Dombauhütte zu einer Tages-Fachveranstaltung mit interessierten Teilnehmern aus dem ganzen Bundesgebiet eingeladen.

Mobile Content

Im Rahmen der NRW-Clusterdiskussionen hat die Stadt Köln beim Verband der deutschen Internetwirtschaft eco e.V eine Studie zur Standortbestimmung NRW bezuschusst. Der vorliegende Entwurf gibt aufgrund objektiver Datenerhebungen neuen Schub, dass sich auch Köln hier etabliert und das Feld nicht alleine Düsseldorf oder Bonn überlässt:

Die Mobilfunkbranche konzentriert sich mit rd. 70 % der Unternehmen in NRW und mit mehr als einem Drittel werden in Köln in erster Linie die Inhalte und Software für die in Düsseldorf und Bonn ansässigen Mobilfunkanbieter erstellt. Vor diesem Hintergrund ist eine aktive Unterstützung Kölner

Aussteller auf der Welt-Leitmesse, dem Mobile World Congress in Barcelona 2008 gerechtfertigt. Auch wurde ein „mobile content day“ gemeinsam mit dem Verband eco, der internationalen film-schule köln und der Filminitiative im Museum Ludwig mit über 120 Teilnehmern veranstaltet, der Perspektiven aller möglichen Vertriebskanäle im digitalen Zeitalter aufzeigte, und Kölner Produktionsunternehmen mit Beispielen hervorhob. Die anschließende Einladung der Stadt Köln zur Führung der Ausstellung „4.900 Farben“ zu Gerhard Richter knüpfte an das Thema an und fand großen Anklang.

Games Convention

Die Stadt Köln hat sich in 2007 zum ersten Mal auf der Games Convention in Leipzig präsentiert. Sie war mit einem eigenen Auftritt auf dem Gemeinschaftsstand des GAME Bundesverbandes neben Berlin und Hamburg vertreten. Mit Blick auf den Branchenschwerpunkt in Köln ist es auch zwingend erforderlich auf der Leitmesse Position zu beziehen und präsent zu sein.

Internationaler eSports-Kongress

Der internationale eSports-Kongress fand, nachdem er in den letzten Jahren in der Messe Düsseldorf veranstaltet wurde, 2007 erstmalig im Kölner RheinEnergie Stadion statt. In Köln steht hinter der Veranstaltung das Konzept, das Thema eSports mit dem traditionellen Breitensport zu verbinden; daher war der Kölner Stadtsportbund in die Planungen einbezogen. Die Veranstaltung passt als weiterer Baustein zum Ausbau Kölns als Games – Standort ins Bild. Zudem konnte als keynote – Redner Microsoft Geschäftsführer Steve Balmer gewonnen werden.

2. Deutscher Podcast Kongress

Nachdem der 1. Deutsche Podcast Kongress in München gestartet war, hatte die Stabsstelle Medien den Kongress gemeinsam mit dem Veranstalter als ausbaufähiges Zukunftsfeld nach Köln geholt. Die Teilnehmer- und Presseresonanz war ausnahmslos positiv, so dass eine dauerhafte Verankerung in Köln möglich ist. Der 3. Kongress fand wie im Vorjahr im KOMED statt. Zudem vertritt die Stabsstelle Medien die Stadt Köln in der ITK-Rheinschiene, einer Arbeitsplattform der drei Städte und Kammern Düsseldorf, Köln und Bonn zur Außendarstellung der Region, die mit 135.000 Beschäftigten die größte Branchenkonzentration im Bundesgebiet aufweist.

Arbeitsmarktkonferenz

Im Herbst 2007 fand im Kölner MediaPark die „1. Arbeitsmarktkonferenz Medien und Kultur“ statt, die unter Beteiligung der Stadt Köln, der SK Stiftung Kultur, der Staatskanzlei des Landes NRW und der Agentur für Arbeit veranstaltet wurde. Ziel war, die Situation auf dem Arbeitsmarkt in der Medien- und Kulturwirtschaft zu analysieren, um politische Strategien zu entwickeln. Zur Konferenz akkreditierten sich über 150 Teilnehmer, die einen breiten Erfahrungshintergrund repräsentierten: Das Spektrum reichte von Vertretern von Unternehmen der Medien- und Kulturwirtschaft, über Medienprofis und Künstler bis zu Experten aus Politik und Verwaltung. Die Resonanz zeigte, dass die Bündelung der Diskussionen im Medien- und Kultursektor richtig war. Diese Konferenz gilt als Auftaktveranstaltung für eine künftige regelmäßige Herbstkonferenz.

Überarbeitung der Online-Fassung „Medien- und Kommunikationsbranche Köln - Das Qualifizierungsangebot in der Region“

Obwohl die Publikation „Medien- und Kommunikationsbranche Köln - Das Qualifizierungsangebot in der Region“ eine große Resonanz erfahren hat, wurde aus Kostengründen auf eine Neuauflage zum medienforum.nrw verzichtet. Stattdessen wurde die Online-Fassung der Broschüre, die als PDF-Datei im Internet hinterlegt ist und letztmalig 2003 überarbeitet wurde, neu aufbereitet und aktualisiert.

IIR Kongress Immobilienstandort Köln 2007

Die Wirtschaftsförderung hat die Fachkonferenz als Kooperationspartner begleitet und den Veranstalter IIR insbesondere im Hinblick auf die Ansprache des Zielpublikums vor Ort unterstützt. So konnte das Forum auch zur weiteren Festigung der Positionierung des Standorts unter den führenden deutschen Immobilienzentren genutzt werden.

Cologne & Partners - Präsentation des Immobilienstandortes Köln auf der Mipim 2007

Auch im letzten Jahr war die Stadt Köln mit einem Gemeinschaftsstand auf der internationalen Immobilienmesse Mipim in Cannes präsent, die vom 13. bis 16. März stattfand. Nachdem es im vergangenen Jahr gelungen war, über das Weltstadthaus von Peek & Cloppenburg den begehrten Mipim-Award nach Köln zu holen und so die internationale Aufmerksamkeit für den Standort Köln zu erhöhen, bildete diesmal der Name Microsoft ein Highlight des Kölner Auftritts. Denn Schwerpunkt der Präsentation war neben der Rheinpark-Metropole unter Regie der S RheinEstate vor allem die Entwicklung im Rheinauhafen, wo die Stadt Köln mit den Kranhäusern und dem Engagement von Microsoft erneut Projekte von herausragender Qualität und Ausstrahlungskraft präsentieren konnte. Der Auftritt bei der MIPIM ist im übrigen nicht nur ein Gemeinschaftsauftritt mit der Region Bonn, sondern ein Auftritt, der auch in diesem Jahr von mehr als einem Dutzend führender Unternehmen der Branche mit getragen wurde.

Köln-Präsentation auf der Expo Real 2007

Unter der Regie des Amtes für Wirtschaftsförderung wurde zur Expo Real 2007, dem auf nationaler Ebene wichtigsten Immobilienforum, wieder ein attraktiver Messeauftritt realisiert, der den Notwendigkeiten der kompakten Darstellung des boomenden Kölner Immobilienmarktes und seiner Positionierung mit Blick auf die großen Wettbewerber bundesweit gerecht wird. Ebenso wie die erfolgreichen Köln-Präsentationen auf internationaler Ebene gehört die Expo Real, die 2007 vom 8.-10. Oktober stattfand, zu den von Kölner Immobilienunternehmen sehr intensiv genutzten und unterstützten Präsentationsmöglichkeiten des Standortes. Mit über 500 Quadratmetern zählte der gemeinsame Auftritt in München, an dem sich mit Köln auch viele Partner aus der Branche sowie Cologne Bonn Business und Bonn beteiligten, zu den größten Messeständen auf diesem Branchentreff. Dabei stellen die Stadt Köln und ihre Partner, deren Stärke 2006 allein auf über 40 Unternehmen angewachsen war, den Löwenanteil der Gesamtpräsentation. Gemeinsam mit Bonn und Cologne Bonn Business wurde im vergangenen Jahr über ein Wettbewerbsverfahren ein entsprechendes Stand-Design ausgelobt,

BioRiver

Der BioRiver e.V. ist der Zusammenschluss der Biotechregionen Aachen, Bonn, Köln, Düsseldorf zur LifeScience-Kompetenzregion Rheinland. Die Plattform „BioRiver“ ermöglicht den Auftritt auch der Kölner Biotech-Unternehmen auf internationaler Ebene zu akzeptablen Kosten. So präsentierte sich BioRiver gemeinsam mit regionalen Biotech-Unternehmen auf der **BioEurope 2007**, einer der größten Partnering-Konferenzen mit rd. 1500 Teilnehmern, im November 2007 in Hamburg. Ebenso konnten Kölner Unternehmen auf der **BIO 2007**, der größten und „globalen“ Fachmesse in den USA mit rd. 22.500 Besuchern, im Mai 2007 in Boston vorgestellt werden.

European BioPerspectives 2007

Als Ergebnis eines erfolgreichen Engagements des BioCologne e.V. fand der große Fachkongress „European BioPerspectives 2007“ mit rd. 2000 Wissenschaftlern und Branchenexperten am 31.05. und 01.06.2007 erstmals in der Koelnmesse statt. Ein besonderer Schwerpunkt der Veranstaltung ist der Technologietransfer und das Partnering im Bereich der Life Sciences. Forschungseinrichtungen und Unternehmen bot sich die Möglichkeit, gemeinsam in einem professionellen Partnering-System ihre Produkte, Services, Kooperationsangebote und Patente zu präsentieren. Ergänzt wurde diese standortpolitisch bedeutsame Großveranstaltung am 30.05.2007 durch einen eintägigen Fachkongress der Bundesministerien für Forschung und Bildung sowie Wirtschaft und Technologie anlässlich der Deutschen Präsidentschaft in der Europäischen Union im ersten Halbjahr 2007. Die „European BioPerspectives 2007“ bot mit ihrem fachlichen Rahmen und der europaweiten Ausstrahlung für die Stadt Köln die einmalige Chance, wichtige Impulse zur Förderung der Biotechnologie und der Standortentwicklung in Köln mit entsprechenden Marketingeffekten zu setzen. Mit einem aufmerksamkeitsstarken Stand, der neben dem Dom als internationalem Markenzeichen Kölns zentrale HighTech-Branchen in den Vordergrund rückte, präsentierte sich die Stadt Köln auf einer Begleitausstellung gemeinsam mit dem BioCologne e. V. neben regionalen Biotech-Unternehmen und Forschungseinrichtungen vor einem internationalen Publikum.

Health Cologne - Gesundheitsstandort Köln

Auf Anregung von Oberbürgermeister Fritz Schramma hatte sich im Jahr 2006 unter der Moderation des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik ein Initiativkreis mit Vertretern der Forschung, der

Kliniken, der niedergelassenen Ärzte, der Medizin- und Gesundheitswirtschaft sowie der Verwaltung gebildet, der eine Handlungsstrategie zur weiteren Stärkung und zum Ausbau des Medizin- und Gesundheitsstandortes Köln entwickelt hat. Die Ergebnisse wurden im August 2007 in einer Fachveranstaltung mit dem Oberbürgermeister präsentiert sowie der Presse und den Medien vorgestellt. In hochkarätig besetzten Arbeitsgruppen wurden die folgenden Handlungsschwerpunkte erarbeitet:

- **Förderung und Ausbau der Spitzenmedizin in Köln** durch stärkere Vernetzung der Kompetenzen sowie durch Ausprägung von gemeinsamen Arbeitsschwerpunkten mit Kooperationschancen für Forschung und Unternehmen
- **Profilierung der „Gesunden Stadt Köln“** durch Entwicklung und Bündlung von innovativen Gesundheitsdiensten und -angeboten für verschiedene Alters- und Zielgruppen, wie z. B. Schüler, Unternehmen und Arbeitnehmer sowie ältere Menschen
- **Erarbeitung eines Marketingkonzeptes** zur überregionalen Profilierung und gezielten Vermarktung des Gesundheitsstandortes Köln mit seinen verschiedenen Kompetenzen, Angeboten und Potenzialen.

Die vom Initiativkreis erarbeiteten Projektvorschläge und Maßnahmen zur Förderung und zum Ausbau des „Gesundheitsstandortes Köln“ werden inzwischen auf der neugeschaffenen **Kooperationsplattform „Health Cologne“** (www.health-cologne.de) umgesetzt. Health Cologne war bereits im November 2007 als Netzwerk der Gesundheitswirtschaft in der Region Köln auf dem Gemeinschaftsstand der Landesregierung NRW auf der weltgrößten medizinischen Leitmesse, der medica, vertreten. Weitere Einzelheiten zur Initiative Health Cologne sind in der Mitteilung des Amtes für Stadtentwicklung und Statistik im Oktober für den Wirtschaftsausschuss ausführlich dargelegt worden.

Wasserstoffinitiative „HYCologne“

Der Wirtschaftsausschuss hat im Rahmen des Ratsbeschlusses zur Errichtung neuer Technologie-Cluster die Verwaltung mit dem Aufbau eines "Wasserstoff-/Brennstoffzellen-technologie-Clusters" (H2/Bz) in Köln beauftragt. Das Amt für Stadtentwicklung und Statistik vernetzt die H2/BZ-Akteure der Region und unterstützt Veranstaltungen, die Unternehmen aus angestammten Branchen Anwendungsmöglichkeiten dieser Zukunftstechnologie nahe bringen. Ein wesentlicher Schwerpunkt ist dabei die Kooperation mit dem im Januar 2007 gegründeten Verein HyCologne e.V.. Dieser führt im Rahmen der von Oberbürgermeister Fritz Schramma am 16.11.2006 gestarteten Initiative "HyCologne – Wasserstoff Region Rheinland" eine Reihe von geeigneten Maßnahmen durch, um die in Köln und der Kölner Region vorhandenen Potenziale zur Bildung eines zukunftssträchtigen Technologie-Clusters für Wasserstoff- und Brennstoffzellenanwendungen (H2/BZ) zusammenzuführen.

Durch die nationalen und internationalen Aktivitäten des Vereins ist "HyCologne" als Kurzform für Hydrogen- (engl. = Wasserstoff) Cologne inzwischen zur Dachmarke der Wasserstoff-Kompetenzregion Köln geworden. In 2007 war HyCologne u.a. auf folgenden Messen vertreten: E-World of Energy, Essen; Hannover Messe Industrie; "Hydrogen & Fuelcell Expo", Vancouver, Kanada; F-Cell, Stuttgart. Am 28.11.2007 fand unter der Beteiligung von HyCologne ein Parlamentarischer Abend zum Thema Wasserstoff in der Vertretung des Landes Nordrhein-Westfalen in Berlin statt.

Die Regionalverkehr Köln GmbH (RVK) plant für das Jahr 2008 den Einsatz von Wasserstoff-Bussen im regulären ÖPNV-Betrieb in der Region Köln. Zu diesem Zweck testete die RVK im November 2007 einen Wasserstoff-Bus des Herstellers MAN und bot auch der Bevölkerung die Gelegenheit, sich einen Eindruck von dieser umweltfreundlichen Technologie zu verschaffen. Aufgrund der Treibstoffversorgung aus dem Chemiepark Knapsack werden die Busse zunächst vornehmlich in den Stadtgebieten von Hürth und Brühl eingesetzt und an einer Tankstelle in der Nähe der Luxemburger Straße betankt. Der weitere Einsatz auf Kölner Stadtgebiet sowie zu Demonstrationzwecken ist vorgesehen.

Kölner Wissenschaftsrunde (KWR)

Die Kölner Wissenschaftsrunde hat sich auf Initiative des Oberbürgermeisters als Kooperationsnetzwerk der Kölner Hochschulen und Forschungseinrichtungen konstituiert. Ziele sind u.a. die Profilierung Kölns als kompetenter Wissenschaftsstandort und die Schärfung des öffentlichen Bewusstseins für die wissenschaftlichen Potenziale in der Region sowie die Förderung von Kooperation zwischen Wissenschaft und Wirtschaft. Die Projekte werden durch Beiträge der Mitglieder der Kölner Wissenschaftsrunde gemeinsam finanziert. Einzelprojekte werden vom Amt für Stadtentwicklung und Statistik gezielt unterstützt.

Zweites wissenschaftliches Symposium der KWR

Mit Unterstützung der Verwaltung richtete die Kölner Wissenschaftsrunde am 18.04.2007 das zweite wissenschaftliche Symposium unter dem Titel "Nachwuchs fördern und fordern" in der Hochschule für Musik Köln aus. Die Referenten, unter anderem der Zukunftsforscher Dr. Matthias Horx, Patrick Adenauer (Präsident der Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer e.V. ASU), Universitätsrektor Prof. Axel Freimuth und die Kölner Beigeordnete Dr. Agnes Klein diskutierten gemeinsam mit den Mitgliedern der Kölner Wissenschaftsrunde und dem Publikum über die Förderung des (wissenschaftlichen) Nachwuchses und die Herausforderungen der Ausbildung in der Zukunft.

Veranstaltungsreihe "Wissenschaft im Rathaus"

Die erfolgreiche Veranstaltungsreihe "Universität im Rathaus" wurde im 20. Jahr ihres Bestehens erweitert und findet ab 2007 unter dem Titel "Wissenschaft im Rathaus" unter Beteiligung aller Einrichtungen der Kölner Wissenschaftsrunde regelmäßig im Ratssaal der Stadt Köln statt. An jedem ersten Montag im Monat lädt die Kölner Wissenschaftsrunde zu spannenden und informativen Vorlesungen ins Rathaus ein. Dabei spiegelt sich die Vielfalt und Kompetenz der in Köln angesiedelten Wissenschaft und Forschung in der breiten Themenpalette wider: Medizin, Kunst, Raumfahrt, Erziehung, Betriebswirtschaft, Musik und vieles mehr. Die Teilnahme ist kostenlos.

Projekt „Zukunft in der Tasche“

In Kooperation mit der Wissenschaftsregion Bonn verwirklichte die Kölner Wissenschaftsrunde mit Unterstützung der Regionale2010-Agentur in 2007 erstmals das Regionale - Impulsprojekt "Zukunft in der Tasche". Das Internetportal mit interaktiver Datenbank bietet Schülerinnen und Schülern sowie allen Interessierten Informationen über Ausbildungsangebote und Wissenschaftseinrichtungen im Gebiet der Regionale 2010 (Köln, Bonn, Leverkusen, Kr. Rhein-Berg, Kr. Oberberg, Kr. Rhein-Erft, Kr. Rhein-Sieg). Mit der Ausgabe der Halbjahreszeugnisse wurden ca. 100.000 CDs an Schülerinnen und Schüler der 9. und 10. Klassen aller Schulformen in der Region verteilt. Die CD funktioniert als Visitenkarte und vermittelt auf spielerische Weise den Online-Zugang zum Portal. Das Projekt wird von den Sparkassen der Region gesponsert.

Kölner Wissenschaftsportal und Wissenschaftsdatenbank

Das Kölner Wissenschaftsportal unter „www.wissensdurst-koeln.de“ dient der Orientierung und Information über den Wissenschaftsstandort Köln und richtet sich an interessierte Bürger, Unternehmen und Forschungseinrichtungen. Mit Unterstützung der Verwaltung wurde das Portal in 2007 ausgebaut und erweitert.

Hochschulgründernetz (hgnc)

Im hochschulgründernetz cologne (hgnc) arbeiten Universität zu Köln, Fachhochschule Köln, Deutsche Sporthochschule Köln, Stadt Köln sowie die Technologie- und Gründerzentren der Region und die Kölner Sparkassen gemeinsam, um durch Informationen und Veranstaltungen die Idee einer Unternehmensgründung als konkrete und mögliche Zukunftsgestaltung frühzeitig unter Studierenden und jungen Wissenschaftlern zu vermitteln. Das Amt für Stadtentwicklung und Statistik unterstützt die Arbeit des hgnc und arbeitet eng mit den relevanten Arbeitsgruppen der Hochschulen zusammen.

Das hgnc hat gemeinsam mit dem **Center for Scientific Entrepreneurship and Transfer (CENSET)** an der Universität zu Köln und dem Förderverein der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität zu Köln BIFOA erfolgreich Fördermittel des Bundeswirtschaftsministeriums (Programm EXIST) für das **Projekt KoKoN** "Kölner Kompetenznetz für technologieorientierte und wissensbasierte Gründungen aus Hochschulen" eingeworben. Seit Januar 2008 wurde

an der Universität zu Köln das "Gründerbüro der Kölner Hochschulen" eingerichtet. Das Veranstaltungsprogramm des hgnc wird dadurch weiter ausgebaut. Beratung und Coaching von interessierten Gründerinnen und Gründern können dann in allen Bereichen der Vorbereitung einer Existenzgründung angeboten werden.

10-jähriges Bestehen des Netzwerkes KölnDesign

1997 wurde auf Initiative des Stadt Amtes für Stadtentwicklung und Statistik, das Design-netzwerk KölnDesign gegründet. Der Verein hat sich inzwischen fest etabliert und die unterschiedlichsten Aktivitäten zur Designförderung entwickelt. So hat er das Internetportal „koelndesign.de“ aufgebaut, das der Kölner Designszene die Möglichkeit einer aktuellen Selbstdarstellung bietet. Die Leistungsfähigkeit der Kölner Designer wird auch durch das Designhandbuch, das inzwischen in 2. Auflage in Kooperation zwischen der IHK Köln, der Stadt Köln und dem Verein KölnDesign erschienen ist, dokumentiert. Die Gründung vor 10 Jahren wurde im November 2007 zum Anlass genommen, verschiedene Veranstaltungen, Vorträge und Ausstellungen zu organisieren, die auf Köln als Designstandort und seine Leistungsfähigkeit hinweisen. Zu den markantesten Veranstaltungen zählten die Ausstellung im Museum für Angewandte Kunst, eine Podiumsdiskussion mit Vertretern aus Wissenschaft und Wirtschaft, der 10. Gründer- und Profitag sowie der erste Unternehmertag für Designer.

Design ab Werk

In Zusammenarbeit zwischen dem Büro Voggenreiter, dem "Kunstwerk Köln" sowie dem Amt für Stadtentwicklung und Statistik, wurde der "Designbazar" entwickelt. Die Lage in direkter Nähe zu den Messehallen und der DesignPost und vor allem die Werbung im Rahmen der PASSAGEN bieten für die jungen Designer eine Plattform, die bei Erfolg auf internationaler Ebene weiter entwickelt werden kann. Ziel ist es, über diesen Weg junge Designer an Köln zu binden und damit neue Arbeitsplätze im Designbereich zu schaffen und vorhandene zu sichern. Den jungen Designern wurde hier die konkrete Möglichkeit geboten, ihre Produkte als Unikat oder auch aus einer Kleinserie an den interessierten Endverbraucher zu verkaufen. Darüber hinaus können Kontakte geknüpft werden, um "das Produkt" in größerem Stil zu vermarkten. Die Veranstaltung wurde gut angenommen und wird 2008 weitergeführt.

Nachlux-Wettbewerb

Um junge Designer an Köln zu binden und schon den Designstudenten frühzeitig den Begriff KölnDesign nahe zu bringen, unterstützt die Stadt Köln seit mehreren Jahren den Nachwuchsdesign-Wettbewerb „Nachlux“. Die Kosten werden durch verschiedene Sponsoren finanziert. Der inzwischen international ausgeschrieben Wettbewerb hat auf europäischer Ebene eine gute Resonanz erreicht. Etliche der Preise in den vergangenen Jahren sind anschließend auch in wirtschaftliche Produktion gegangen. Die aktuellen Wettbewerbs-Ergebnisse werden jeweils sehr öffentlichkeitswirksam während der Internationalen Möbelmesse im Rahmen des Design- Events „PASSAGEN“ prämiert.

Rheindesign – Cologne International Design Summer 2007

Im Juni 2007 wurde in Köln eine Veranstaltung zum Thema Design mit vielfältigen Aktivitäten im Kölner Stadtgebiet mit unterschiedlichsten Partnern an verschiedenen Stellen in der Stadt realisiert. Etliche Veranstaltungsräume, u.a. die Spichernhöfe, das Vulkangelände, die Design Post Deutz, die bereits durch die PASSAGEN, im Zusammenhang mit dem Thema Design bekannt wurden, haben sich bei dieser Veranstaltung beteiligt. Ein Ziel der Veranstaltung ist die Förderung der weiteren Internationalisierung des Kölner Design-Standortes.

Logistikmesse "transport logistic"

Im Juni 2007 fand in München die Logistikmesse "transport logistic" statt. Mit einem Gemeinschaftsauftritt der unterschiedlichen regionalen Partner (z.B. Airport Köln Bonn und UPS) präsentierte sich unter der Federführung der Cologne Bonn Business GmbH die Logistikregion Köln/Bonn einem internationalem Fachpublikum. Schwerpunkte des Auftritts waren u. a. der KölnBonn Airport, die Kölner Häfen, das Güterverkehrszentrum Köln-Eifeltor sowie die Kompetenzen der regionalen Logistikunternehmen.

Aktionskreis „Attraktives Einkaufen in Köln“

Der Aktionskreis „Attraktives Einkaufen in Köln“, der gegründet wurde, um den Handelsstandort Köln durch neue Maßnahmen und auch gezielte Vermarktung bestehender Aktionen zu stärken, tagte in 2007 in unregelmäßigen Abständen. Im Rahmen der Zusammenkünfte fand ein reger Meinungsaustausch sowohl zwischen den Mitgliedern des Aktionskreises, als auch mit geladenen Gästen statt. In 2008 wird der Aktionskreis zur Optimierung seiner Arbeit ein langfristiges Ziel- und Strategiekonzept entwickeln.

Branchenforum Industrie

Das im September 2003 gegründete Branchenforum Industrie kam im Jahr 2007 zu drei Sitzungen zusammen. Übergreifendes Thema war die Optimierung der Öffentlichkeitsarbeit für den Industriestandort Köln. Im Rahmen der Februar-Sitzung wurden Vermarktungskonzepte zweier Werbeagenturen diskutiert. In diesem Kontext wurde allerdings deutlich, dass eine „Werbekampagne“ etatmäßig nicht darstellbar ist.

Im Rahmen der Mai-Sitzung wurde ein Konzept der „Arbeitsgruppe Marketing“ vorgestellt, nach dem zwei Zielrichtungen zu verfolgen sind: 1. Bestandssicherung und 2. Neuansiedlung, wobei die Unterstützung bereits am Standort ansässiger Unternehmen eindeutig Priorität genießt und bei der Standortvermarktung die vorhandenen Positivfaktoren im Vordergrund zu stehen haben. Der Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit müsse eindeutig im Bereich der (regionalen und überregionalen) Tageszeitungen liegen, ggfls. ergänzt um Aktivitäten über das Internet. Aufgrund der engen finanziellen Spielräume liegt der Fokus auf gezielten Aktionen zur Positionierung. Die bereits bestehenden Aktivitäten des Standortmarketings der Wirtschaftsförderung (Initiierung bzw. Unterstützung von Köln-Beilagen insb. in FAZ, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung und Financial Times Deutschland) werden hier als zielführend angesehen.

In der November-Sitzung des Branchenforums standen zusätzlich die Themen Innovations-transfer (Konzeptvorstellung der „InnoBroker GmbH“) und EFRE-Förderung (Konzeptvorstellung der Steuerungseinheit „Compass“ des „Region Köln/Bonn e.V.“) auf der Tagesordnung. Beide Einrichtungen werden vom BF als äußerst hilfreich angesehen.

Grundsätzlich ging es in 2007 auch darum, in welcher Form die Forumsarbeit fortgeführt wird. Hierzu wurden zwei Entscheidungen getroffen: 1. Die durch die Industrieumfrage 2006 bestätigte Rangfolge der „vorrangig zu behandelnden Standortfaktoren“ bleibt weiterhin Richtschnur für die inhaltliche Arbeit. 2. Der Bekanntheitsgrad des Forums muss im Sinne einer besseren Wahrnehmung industrieller Belange in Presse und Öffentlichkeit gesteigert werden. Ein erster Schritt in diese Richtung ist die vom Branchenforum initiierte Veranstaltung „1. Kölner Industriedialog“ am 20. Februar 2008 im Technikum der Deutz AG.

Unternehmer im Rathaus

Zum mittlerweile zehnten Mal fand am 29. November 2007 die Veranstaltung „Unternehmer im Rathaus“ statt. Vor rund 450 Gästen sprach der Unternehmer und Bestsellerautor Prof. Dr. Jörg Knoblauch über das Thema „Engagierte und motivierte Mitarbeiter sind kein Zufall“. Nach seiner Erkenntnis kann man erfolgreiche Unternehmensführung auf den Satz reduzieren: „Wie finde ich die besten Mitarbeiter und wie halte ich sie?“ Laut Knoblauch wird es in Zukunft nur noch zwei Sorten von Firmen geben. Solche, denen es außerordentlich gut geht, weil sie dank der richtigen Mitarbeiter Kundenverblüffung betreiben, und solche, mit denen es bergab geht. Begeisterte Mitarbeiter sorgen für begeisterte Kunden und eine konstruktive Unternehmenskultur. Das traditionelle Unternehmen hat ausgedient. Ziel ist ein Netzwerk von vielen „Ein-Mann-Unternehmen“. Es gelte, die Mitarbeiter zu Mitunternehmern zu entwickeln und durch eine partnerschaftliche und werteorientierte Unternehmenskultur in alle Belange des Unternehmens einzubeziehen. Durch eine praxisnahe und humorvolle Vermittlung seiner Thesen gelang es Jörg Knoblauch, die Zuhörer aus den Reihen der Kölner Wirtschaft zu begeistern. Er trug somit maßgeblich dazu bei, dass die Veranstaltung „Unternehmer im Rathaus“ (wie schon in den Vorjahren) von den Gästen sehr positiv aufgenommen wurde. Der Erfolg dieses Veranstaltungsformats geht darauf zurück, dass neben einem wirtschaftsrelevanten Vortrag auch die Möglichkeit zu direkten Gesprächen mit führenden Vertretern von Politik und Verwaltung besteht.

Kunst- und Galerienstandort Köln

Vor dem Hintergrund einer Sicherung und Stärkung des Kölner Kunstmarktes, der zunehmend im scharfen Wettbewerb zu anderen Standorten wie Berlin steht, hat sich die Wirtschaftsförderung auch im vergangenen Jahr an der Finanzierung der Öffentlichkeitsarbeit der Galerien beteiligt. Zur Art Cologne und anderen wichtigen Kunstereignissen wurde im Rahmen der Köln-Promotion ein Zuschuss zu verschiedenen geplanten Marketing-Aktivitäten der Kölner Galerien insbesondere zur Erstellung eines Faltblattes und Programm-Aufstellern etc. gewährt.

V. Werbemittel, Werbeanlagen

Neben den für laufende Aktivitäten im Rahmen der Firmenbetreuung eingesetzten Werbeartikeln fällt unter diese Position das traditionelle Jahresabschluss-Mailing an ausgewählte Vertreter der Kölner Wirtschaft und Politik, das im vergangenen Jahr mit einer VIP-Karte für die Ausstellung Piet Mondrian – vom Abbild zum Bild im Museum Ludwig verbunden wurde.

VI. Auslandsakquisition

Die Maßnahmen im Auslandsbereich der Wirtschaftsförderung konzentrierten sich auch im vergangenen Jahr auf ausgewählte Länderschwerpunkte.

Schwerpunktland China

Seit vielen Jahren bestehen intensive und gute Verbindungen zwischen Köln und China. Ein Ausdruck und Ergebnis dieser langjährigen Beziehung ist nicht zuletzt die Städtepartnerschaft, die Köln und Peking seit 1987 freundschaftlich verbindet. Die China-bezogenen Aktivitäten standen daher ganz im Zeichen des 20jährigen Städtepartnerschaftsjubiläums.

Um dieses Ereignis entsprechend zu würdigen, war Oberbürgermeister Schramma selbst zu den **Jubiläumsfeierlichkeiten** nach China gefahren. Begleitet wurde er von einer etwa 30köpfigen Wirtschaftsdelegation, bestehend aus Unternehmerinnen und Unternehmern, Repräsentanten der Industrie- und Handelskammer zu Köln, der Universität und der Koelnmesse sowie Wirtschaftsdezernent Dr. Walter-Borjans.

Stationen der Reise waren neben Peking die Städte Tianjin und Qingdao. Die Partnerstadt Peking ist als Olympiastadt 2008 in aller Munde, aber auch Tianjin und Qingdao gehören zu den Austragungsorten. Qingdao, die ehemalige deutsche Kolonie ist eines der wichtigsten Wirtschaftszentren an der Ostküste. Wesentliche Bausteine des Programms waren Präsentationen des Wirtschaftsstandortes Köln in allen drei Städten. Besonderes Highlight war am 14. September 2007 ein Festakt zum 20jährigen Städtepartnerschaftsjubiläum. Dabei unterzeichnete Oberbürgermeister Schramma mit seinem damaligen chinesischen Amtskollegen Herrn Wang Qishan ein Memorandum of Understanding. Einen "Letter of Agreement" hatte er zuvor bereits mit seinem Amtskollegen von Tianjin Dai Xianglong unterzeichnet. Der Austausch zwischen den beiden Städten soll vor allen Dingen in den Bereichen Wirtschaft, Handel, Finanzen, Informationstechnologie, Wissenschaft und Technologie, Kultur und Bildung, Sport und Gesundheit, Stadtplanung, Logistik, Umweltschutz und Tourismus noch enger werden.

In Absprache mit der Stadtregierung Peking standen daher alle Veranstaltungen und Aktivitäten in Deutschland und China im Jubiläumsjahr 2007 unter einer Dachmarke, um die zwischen beiden Städten und Ländern bestehenden freundschaftlichen und wirtschaftlichen Beziehungen deutlich nach außen zu dokumentieren. Die Entwicklung eines entsprechenden **Logos** wurde durch die Beiao Exhibiton & Convention Company, eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Stadtregierung Peking, vorgenommen.

Erstmalig eingesetzt wurde das Logo bei den **Neujahrsgrüßen** von Oberbürgermeister Schramma an die in Köln ansässigen Wirtschafts- und Handelsunternehmen sowie den chinesischen Botschafter und seinen Generalkonsul. Den Grußschreiben wurde als Präsent eine **DVD über den Wirtschaftsstandort Köln** mit dem Titel „Spotlight on Cologne“ beigefügt. Das Portrait wurde in 2006 von dem chinesischen Fernsehsender Phoenix Chinese News & Entertainment Ltd. (PCNE) für das TV-Magazin „Images of Europe“ produziert. Es besteht aus 6 Episoden von jeweils zirka 8

Minuten, wurde im Herbst 2006 (samstags abends zur Prime Time und mit zwei Wiederholungen in der darauf folgenden Woche) ausgestrahlt. Köln war die erste deutsche Stadt überhaupt, die über PCNE vorgestellt wurde. Die Sendung des Köln-Portraits über PCNE bot – nicht zuletzt aufgrund der hohen Qualität des Produktes - eine hervorragende Chance den Wirtschaftsstandort Köln mit seinen Standortqualitäten und die China-Offensive der Stadt Köln einer breiten chinesischen Öffentlichkeit gegenüber zu profilieren. Das Programm von PCNE richtet sich an Investoren, chinesische Touristen und Geschäftsreisende in Europa und ist bei Chinesen sehr beliebt. Eine Verteilung an ansiedlungsinteressierte Unternehmen aus der Volksrepublik China ebenso wie an wichtige Multiplikatoren ist deshalb ein hervorragendes Marketinginstrument.

Im Rahmen der Bestandspflege hat Oberbürgermeister Schramma wieder zum **China-Abend** eingeladen. Erstmals im Jahr 1990 durchgeführt, stieß die Veranstaltung der Stadtspitze auch in 2007 bei den etwa 110 Teilnehmern wieder auf eine äußerst positive Resonanz. Eingeladen waren Vertreter der in Köln ansässigen chinesischen Wirtschafts- und Handelsunternehmen. Traditionell nahmen auch wieder Repräsentanten wichtiger Partner der China-Offensive wie Deutsche Asia Pacific Gesellschaft, Deutsch-Chinesische Wirtschaftsvereinigung, Industrie- und Handelskammer zu Köln, Koelnmesse, KölnTourismus und einzelne Mitglieder des Wirtschaftsausschusses teil. Das Amt für Wirtschaftsförderung organisierte die Veranstaltung am 5. November im Sky Event in der 28. Etage des KölnTriangle.

Um die Beziehungen zwischen Köln und China zu vertiefen, wurde die **China-Offensive** gestartet. Dass Köln und China wirtschaftlich enger zusammenwachsen, zeigen 80 Neuansiedlungen, die sich seit Beginn dieser Initiative hier angesiedelt haben. Bis Ende 2007 hatten insgesamt 132 chinesische Handels- und Wirtschaftunternehmen ihren Firmensitz in Köln genommen.

Für die Akquisition von weiteren Unternehmen aus dem Reich der Mitte boten sich wie in der Vergangenheit einige ausgewählte **Kölner Messen** an. So zeigte das China-Desk der Wirtschaftsförderung erneut Präsenz auf der Asia-Pacific Sourcing (4.-6. März 2007), der Spoga (2.-4. September 2007) und der Anuga (13.-17. Oktober 2007). An einem Info-Stand konnten so chinesische Aussteller auf die Standortqualitäten von Köln sowie das besondere Serviceangebot für Investoren aus dem Reich der Mitte in einem persönlichen Gespräch umfassend informiert werden.

Auch bei der **China-Reise unter Leitung des Wirtschaftsdezernenten Dr. Norbert Walter-Borjans** in der Zeit vom 24. bis 31. Mai stand die Anwerbung neuer chinesischer Investoren für Köln im Mittelpunkt. Stationen der Reise waren Peking und die Städte Ningbo und Hangzhou in der Provinz Zhejiang. Die Provinz-Hauptstadt Hangzhou wurde zum dritten Mal Station einer Werbetour der Stadt. Auf dieser Weise konnte die Popularität Kölns noch weiter ausgebaut werden. Unter dem Motto „Köln – Tor zu Europas Märkten“ hatte der Wirtschaftsdezernent am 25. Mai in Peking die Präsentationsreihe des Wirtschaftsstandortes gestartet. Die Leiterin der Außenhandelskammer Peking, Jutta Ludwig, wurde während dieser Auftaktveranstaltung zur Wirtschaftsbotschafterin der Stadt Köln ernannt.

Die städtischen Wirtschaftsförderungsaktivitäten wurden im Jubiläumsjahr durch eine verstärkte Öffentlichkeitsarbeit begleitet. Das vorhandene und bewährte chinesische Anzeigenmotiv der Wirtschaftsförderung wurde erneut in ausgewählten Zeitschriften und Magazinen geschaltet wie beispielsweise in den Wirtschaftspublikation ChinaContact, Befront oder der chinesischsprachigen Zeitschrift GermanyContact China – herausgegeben durch das chinesische Wirtschaftsministerium MOFCOM.

Aber, nicht nur wirtschaftlich werden die Beziehungen zwischen Köln und China, insbesondere Peking, immer enger. Als Höhepunkt der guten kulturellen Beziehungen trat das wohl bekannteste Pekingoper-Ensemble Chinas während der **MusikTriennale** auf. Oberbürgermeister Schramma hat gemeinsam mit der Deutschen Krankenversicherungs AG (DKV) führende Vertreter chinesischer Unternehmen und einen ausgewählten Personenkreis mit China-Bezug zu dieser Aufführung eingeladen. Im Vorfeld fand für die Gäste ein Empfang, organisiert durch das Amt für Wirtschaftsförderung, im Holtmann's im Museum Ludwig statt. Prominente Gäste, die durch Oberbürgermeis-

ter Schramma, dem Kölner Wirtschaftsdezernenten Dr. Walter-Borjans und Herrn Dr. Messemer, Vorstandsmitglied der DKV, begrüßt wurden, waren unter anderem der chinesische Botschafter und der chinesische Generalkonsul.

Ein weiteres kulturelles Highlight war das **Chinesische Film- und Kulturfestival** im Kölner Filmhaus. Das Festival, das in der Zeit vom 15. bis 21. November 2007 zum ersten Mal in Köln stattfand, legte den Fokus auf Filmproduktionen und Dokumentationen aus dem Reich der Mitte. Zahlreiche Filme, die außerhalb von China noch nicht gezeigt wurden und Deutschlandpremierieren wurden präsentiert. In den sieben Festivaltagen standen drei chinesische Regisseure nach den Filmvorführungen in Podiumsdiskussionen den Gästen zur Verfügung. Vertreter der Akademie für Film aus Peking begleiteten die Kulturtage mit Fachvorträgen.

Zur Eröffnungsveranstaltung am ersten Abend luden Oberbürgermeister Schramma und das Kölner Filmhaus neben den in Köln ansässigen chinesischen Handels- und Wirtschaftsunternehmen zahlreiche Vertreterinnen und Vertreter der am wirtschaftlichen und kulturellen Austausch mit China beteiligten Organisationen und Institutionen ein.

Die Eröffnungsfeier am 15.11.2007, organisiert durch das Amt für Wirtschaftsförderung und das Filmhaus Kino Köln, war in ein Rahmenprogramm mit traditioneller chinesischer Musik und landestypischem Büffet gebettet. In ihrer Eröffnungsrede konnte Bürgermeisterin Scho-Antwerpes in Vertretung von Oberbürgermeister Schramma neben dem Vertreter der Chinesischen Botschaft Herrn Ji Dafu auch den Sinologen Prof. Dr. Vittinghoff von der Universität zu Köln und die Direktorin des Museums für Ostasiatische Kunst Köln Dr. Schlombs begrüßen. Zum Auftakt wurde der Film „Die Wunden der Zeit“ gezeigt. Die Hauptdarstellerin Bingyan Yan wurde im Oktober 2007 mit dem chinesischen Filmpreis „Goldene Hand“ ausgezeichnet.

Köln-Special in Beijing Youth Daily

Ende Dezember erschien anlässlich des zwanzigjährigen Städtepartnerschaftsjubiläums eine eigene, achtseitige Köln-Beilage in Beijing Youth Daily, die von der Wirtschaftsförderung komplett organisiert und in Kooperation mit dem Zeitungsverlag gestaltet wurde. Die Publikation erscheint täglich mit durchschnittlich 50 Seiten und einer Auflage von rd. 800.000 Exemplaren in 32 Provinzen, Kong Kong, Macao und in Übersee. Beijing Youth Daily zählt damit zu den führenden Presseorganen in Peking und ganz China. Das aktuelle „Köln-Special“, das den Standort Köln ausführlich portraitiert, fand in Wirtschafts- und Regierungskreise äußerst große Beachtung, zumal vorher noch keine andere ausländische Stadt mit einer eigenen Zeitungsbeilage auf sich aufmerksam gemacht hatte.

Gastspielreise des Gürzenich-Orchesters nach China

Die Beilage in der Beijing Youth Daily wurde gezielt auch zur Werbung für die erste China-Tournee des Gürzenich-Orchesters genutzt. Insgesamt sieben Konzerte, denen fast ausnahmslos „standing ovations“ des Publikums folgten, was in China wirklich außergewöhnlich ist, gaben die Kölner Musiker Ende Dezember und Anfang Januar in Beijing, Shanghai, Suzhou und Guangzhou. Fast alle Konzerte waren ausverkauft. Mit rund 6.000 Zuhörern war das Konzert in der „Großen Halle des Volkes“ in Beijing die am meisten besuchte Aufführung. Nicht nur von Seiten des Publikums, auch von Seiten der Konzertveranstalter und dortigen Manager war die Begeisterung groß, so dass eine erneute Einladung nach China dem Gürzenich-Orchester und Markus Stenz bereits vorliegt. Der Auftritt des Gürzenich-Orchesters in der chinesischen Hauptstadt Peking bildete gleichzeitig den glanzvollen Abschluss der zahlreichen Aktivitäten und Veranstaltungen anlässlich des zwanzigjährigen Städtepartnerschaftsjubiläums Köln - Peking in 2007. Wirtschaftsdezernent Dr. Norbert Walter-Borjans, der stellvertretende Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung, Michael Josipovic, und die Kölner Wirtschaftsbotschafterin und China-Beraterin von Oberbürgermeister Fritz Schramma, Zhou Meng, haben deshalb das Orchester in die chinesische Hauptstadt begleitet und vor dem Konzert in der Großen Halle des Volkes einen Empfang für 170 hochkarätige Vertreter von Wirtschaft und Stadtregierung ausgerichtet.

Einen solchen Empfang mit über 100 Gästen haben die Kölner Wirtschaftsförderer dann auch noch beim Neujahrskonzert in der chinesischen Wirtschaftsmetropole Shanghai organisiert, an dem unter anderem der deutsche Generalkonsul teilnahm. Ein weiterer wichtiger Gast beim Wirtschaftsempfang vor dem Neujahrskonzert in Shanghai war der Vorstandsvorsitzende der Expo 2010, Dai Liu. Die Kölner Wirtschaftsförderer nutzten die Gastspiele des Gürzenich-Orchesters in

Peking und Shanghai, um mit diesem kulturellen Highlight kräftig die Werbetrommel für den Wirtschaftsstandort Köln zu rühren. Dazu wurde auch eine CD „ChinaTour 2007/2008“ des Orchesters als „Give-Away“ an die Gäste des Empfangs produziert. Es ist bereits die dritte Reise innerhalb des Städtepartnerschaftsjubiläumjahres, die die Wirtschaftsförderer im Rahmen der China-Offensive ins "Land der Mitte" führte. Während Ihres Aufenthalts in China standen zahlreiche Firmengespräche ebenso auf dem Programm (so unter anderem in der Zentrale von Chinas Computer-Hersteller Nr. 1, LENOVO), wie ein Kurzbesuch in Leverkusens Partnerstadt Wuxi, wo sie von Oberbürgermeister empfangen wurden.

Im Blickfeld haben die Kölner Wirtschaftsförderer dabei das ehrgeizige Ziel, bis zum Beginn der Olympischen Spiele am 8.8.2008 188 chinesische Unternehmen in der Domstadt anzusiedeln - die 8 ist eine ausgesprochene Glückszahl in China.

Deutsch Chinesische Wirtschaftsvereinigung e.V.

Die Deutsch-Chinesische Wirtschaftsvereinigung e.V feierte am 01. Juni 2007 ihr 20jähriges Bestehen in Köln. Als Ehrengast war Oberbürgermeister Schramma eingeladen, ein Grußwort an die Gäste zu richten. Dr. Uli Sigg, ehemaliger Schweizer Botschafter in China und Sammler chinesischer Gegenwartskunst hat das Thema „Chinesische Avantgarde-Kunst – Eigenständigkeit und Widerspruch“ im Dialog mit Prof. Dr. Ulrich Lehner, Vorsitzender der Geschäftsführung der Henkel KGaA, aufbereitet. Die Sammlung von Herrn Dr. Sigg umfasst die chinesische Kunstszene seit 1979 und sucht an Vollständigkeit und Niveau weltweit ihresgleichen.

Der festliche Abend fand aufgrund der großen Verbundenheit zwischen Stadt und DCW mit finanzieller Beteiligung der Kölner Wirtschaftsförderung im Museum Ludwig statt.

Die DCW umfasst heute nahezu 400 Mitgliedsfirmen, überwiegend mittelständische China-orientierte Unternehmen. Seit 1987 organisiert der Verein den Erfahrungsaustausch zwischen Firmen, Institutionen und Persönlichkeiten im China-Geschäft. Ein starkes Netzwerk, kompetente Informationen und praxisnahe Veranstaltungen sind die Kernkompetenzen der DCW. Die Wirtschaftsvereinigung ist im Rahmen der China-Offensive ein sehr wichtiger Partner des Amtes für Wirtschaftsförderung.

So haben DCW und die Wirtschaftsförderung beispielsweise am 08.März 2007 ein gemeinsames **Seminar "Unternehmensgründung in Deutschland für Chinesen"** in Köln für Existenzgründer aus dem Reich der Mitte organisiert. Ziel der ganztägigen Konferenz war es, chinesische Existenzgründer und Jungunternehmer über eine erfolgreiche Existenzgründung und die damit verbundenen notwendigen Formalitäten zu informieren. Daneben wurden beispielsweise auch steuerliche, versicherungstechnische und banktechnische Fragen durch entsprechende Experte Kölner Institutionen geklärt. Während des Seminars, veranstaltet in den Räumen der Industrie- und Handelskammer zu Köln, fand parallel eine Ausstellung von Unternehmen statt, die ihr vielfältiges Dienstleistungsspektrum der Zielgruppe präsentierte. Es nahmen zirka 100 Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet teil.

Deutsche Asia Pacific Gesellschaft e.V.

Die Deutsche Asia Pacific Gesellschaft (DAPG) e.V, deren Präsidium Oberbürgermeister Schramma seit 6. Juni 2001 angehört, hat in 2007 am 15. Juni den Indien-Tag und am 15. November den China-Tag durchgeführt. Da diese Veranstaltungen in enger Anbindung an die städtischen Auslandsaktivitäten erfolgen und die Zusammenarbeit der DAPG insbesondere bei den Länderschwerpunkten Indien und China einen wichtigen Baustein darstellen, fanden die Konferenzen wieder mit finanzieller Unterstützung des Amtes für Wirtschaftsförderung statt

Schwerpunktland Türkei

Das 10-jährige Städtepartnerschaftsjubiläum zwischen Köln und Istanbul bot eine hervorragende Ausgangsbasis zur weiteren Vertiefung der deutsch-türkischen Wirtschaftsbeziehungen. Während des Besuches der Kölner Delegation unter Leitung von Oberbürgermeister Schramma in Istanbul, in der Zeit vom 02.-04.06.2007, wurde von der Wirtschaftsförderung dabei in Kooperation mit der Türkisch-Deutschen Industrie- und Handelskammer – Unternehmerverband e.V. (TD-IHK) ein Tref-

fen in der Istanbuler Industriekammer und eine **Präsentation des Wirtschaftsstandortes Köln** mit anschließendem Empfang in den Räumen der Istanbuler Handelskammer durchgeführt.

Das Jubiläumsjahr bot darüber hinaus einen weiteren guten Anlass, Kölns Bewerbung als Austragungsort für die nächste **Jahreskonferenz der TD-IHK** zu erneuern. So konnte der Kölner Wirtschaftsdezernent als einer der Eröffnungsredner des letztjährigen Wirtschaftskongresses, der im Juni in Istanbul stattfand, nicht nur die Einladung an die Teilnehmer des Kongresses für das nächste Treffen nach Köln aussprechen, sondern auch auf die besondere Attraktivität des Standortes Köln für türkische Unternehmen und die Bedeutung der Domstadt als Türkei-Kompetenz-Zentrum hinweisen. Mit einem Messestand auf der begleitenden Ausstellung zum zweitägigen Kongress hat die Wirtschaftsförderung zusätzlich über die Standortqualitäten Kölns und die notwendigen Schritte für eine Existenzgründung in Köln informiert.

Die 10-jährige Städtepartnerschaft Köln-Istanbul bot gleichzeitig einen geeigneten Anlass, im Türkei-Schwerpunktheft der „Germany Contact“, das vom OWC Verlag für Außenwirtschaft GmbH herausgegeben wird, redaktionell und per Insertion auf Köln als herausragendes Kompetenzzentrum deutsch-türkischer Beziehungen aufmerksam zu machen.

Çorum Türkei

Im Oktober 2007 unmittelbar nach der Anuga empfing Bürgermeister Josef Müller in Köln gemeinsam mit seinen Amtskollegen der beteiligten Eifelkommunen Mechernich und Schleiden 46 Vertreter aus der Schwarzmeerregion Çorum und ihrer gleichnamigen Provinzhauptstadt. Neben kurzen touristischen Highlights wie einer Dombesichtigung informierten sich die Besucher aus Çorum, in der Mehrzahl mittelständische Unternehmer, bei ihrem fünftägigen Aufenthalt in erster Linie über den Wirtschaftsraum, seine Unternehmen und über Kooperationsmöglichkeiten. So standen insbesondere Firmenbesichtigungen auf dem Programm, beispielsweise bei Ford, Egetürk und Ströer. Ein Kooperationstreffen in der IHK Köln bot Raum für eine Standortpräsentation der Wirtschaftsförderung sowie für bilaterale Gespräche zwischen deutschen und türkischen Unternehmern. Ergänzend zum Besuch bei Egetürk in Feldkassel/Langel rückte schließlich die Informationsveranstaltung im Hause HDI-Gerling, die Geschäftsführer Michael Verhasselt eröffnete, noch einmal das Thema erfolgreiche türkische Unternehmer in Deutschland am Beispiel der Unternehmensgruppe Baktat in den Vordergrund. Auf reges Interesse stieß darüber hinaus die Präsentation der DEG Deutsche Investitions- und Entwicklungsgesellschaft. Das Kölner Unternehmen, das zur KfW-Bankengruppe gehört, informierte auf Einladung von HDI-Gerling über Finanzierungsmöglichkeiten von Joint-Ventures und anderen Formen des Auslandsengagements.

Europa – Niederlande

Im Rahmen der Schwerpunktsetzung des Standortmarketings bei den Ländern der Europäischen Union standen auch 2007 die Niederlande im Vordergrund. Die 2006 erfolgreich gestartete Kooperation mit der Partnerstadt Rotterdam hinsichtlich des **Deutsch-Niederländischen Wirtschaftsforums** fand im November 2007 ihre Fortsetzung in Rotterdam. Bei der dortigen Veranstaltung, die gemeinsam vom Rotterdamer und vom Kölner Oberbürgermeister eröffnet wurde, diskutierten rund 300 niederländische und deutsche Unternehmer über Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor. Am Rande der Konferenz unterzeichnete Oberbürgermeister Schramma mit seinem niederländischen Amtskollegen zudem eine **Charta zur Nachhaltigkeit**. Auf Basis dieser Charta, die vom Amt für Wirtschaftsförderung, dem Amt des Oberbürgermeisters / Büro für internationale Angelegenheiten und dem Umwelt- und Verbraucherschutzamt gemeinsam mit den Rotterdamer Partnern vorbereitet wurde, soll der Austausch der Verwaltungen auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit gefördert, neue Projekte initiiert und die Bedeutung von Nachhaltigkeit als Wirtschaftsfaktor herausgestellt werden.

Schwerpunktland Indien

Nach dem erfolgreichen Auftakt der **Indien-Initiative** der Stadt Köln mit einer ersten Indienreise von Oberbürgermeister Fritz Schramma, Vertretern der Koelnmesse GmbH, der Industrie- und Handelskammer zu Köln und Kölner Unternehmern im November 2006, wurde dieses Zielland mit weiteren Aktivitäten des Standortmarketings bearbeitet.

So unterstützte das Amt für Wirtschaftsförderung den **Indien-Tag der Deutschen Asia Pacific Gesellschaft (DAPG) e.V.** im Juni 2007. Rund 80 Unternehmer aus Köln und der Region informierten sich bei dieser Fachtagung über wirtschaftliche, rechtliche und kulturelle Rahmenbedingungen eines unternehmerischen Engagements in Indien. Wirtschaftsdezernent Dr. Walter-Borjans begrüßte die Gäste gemeinsam mit dem indischen Generalkonsul in Frankfurt, Ashok Kumar, und dokumentierte so erneut das Engagement der Stadt Köln in diesem Themenfeld.

Mit der indischen Firma **Mindtree Consulting** hat sich im August 2007 das erste indische Unternehmen seit Beginn der Indien-Initiative in Köln angesiedelt. Das Unternehmen hat seine Zentrale für Deutschland und Mitteleuropa von Frankfurt nach Köln verlagert. Mindtree Consulting ist eine international tätige IT-Consulting- und Software-Servicefirma mit Sitz in Bangalore, Indien, die an 15 Standorten weltweit rund 4.300 Mitarbeiter hat. Ausschlaggebend für die Entscheidung war dabei das Angebot der Stadt Köln, für die erforderliche Aufenthalts- und Arbeitserlaubnis eine Bearbeitungsdauer von vier Wochen ab Eingang der vollständigen Unterlagen zu garantieren. Diese Bearbeitungszeit kann deutschlandweit als einmalig betrachtet werden und sichert der Stadt Köln bei der Akquisition indischer Unternehmen ein wichtiges Standort-Argument.

Im Oktober 2007 war Köln zweifach Ziel für **Besuche indischer Minister**: Kooperation im Bereich des zivilen Flugverkehrs stand bei dem Besuch des indischen Ministers für Luftfahrt (Indian Civil Aviation Minister) bei der European Aviation Safety Agency EASA auf dem Programm. ‚Indian Tastes‘ 2007 war das Motto eines Empfangs bei der diesjährigen Anuga, den der indische Industrieverband FICCI (Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry) zu Ehren des Besuchs von Herrn Subodh Kant Sahai, indischer Ministers für Nahrungsmittel verarbeitende Industrie (Minister for Food Processing Industries), ausrichtete. Oberbürgermeister Fritz Schramma und Wirtschaftsdezernent Dr. Walter-Borjans konnten während des Empfangs außerdem ihre Kontakte zu der indischen Botschafterin, Frau Meera Shankar, sowie zu dem neuen indischen Generalkonsul in Frankfurt, Herrn Ajit Kumar, vertiefen. Die Kölner Repräsentanten machten deutlich, dass die im November 2006 gestartete Indien-Initiative intensiv fortgesetzt wird.

Schwerpunkt Brasilien

Im Ergebnis einer überzeugenden Bewerbung von Stadt Köln und Industrie- und Handelskammer zu Köln hat der Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI) entschieden, die im jährlichen Wechsel in Deutschland und in Brasilien stattfindenden Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage 2008 in Köln auszurichten. Die Entscheidung wurde im November 2007 in der brasilianischen Stadt Blumenau anlässlich der dortigen Deutsch-Brasilianischen Wirtschaftstage bekannt gegeben. Bürgermeisterin Spizig war in Begleitung von Vertretern der Wirtschaftsförderung, der IHK Köln und der KölnTourismus GmbH nach Blumenau gereist und nutzte die Konferenz, um den etwa 1.000 brasilianischen und deutschen Unternehmern den Standort Köln zu präsentieren.

Wirtschaftsbotschafter der Stadt Köln

Das vom Amt für Wirtschaftsförderung koordinierte Projekt zur Unterstützung der Werbung für den Wirtschaftsstandort, in dessen Rahmen Oberbürgermeister Schramma im Herbst 2005 erstmals etwa 140 Kölner Unternehmer und Repräsentanten wirtschaftsnaher Institutionen zu Wirtschaftsbotschaftern der Stadt Köln ernannte, hat sich als festes Instrument des Standortmarketings etabliert. Zahlreiche Wirtschaftsbotschafter forderten 2007 beim Amt für Wirtschaftsförderung regelmäßig Info-Broschüren an, die sie im Ausland verteilten bzw. bei Gesprächen mit ausländischen Gästen in Köln einsetzten. Andere Botschafter trugen konkrete Projektideen an das Amt für Wirtschaftsförderung heran oder boten in speziellen Zielländern aus ihrem jeweiligen Hintergrundwissen bzw. der Verankerung in speziellen Netzwerken heraus. Einzelne Wirtschaftsbotschafter haben dem Amt für Wirtschaftsförderung sowie dem Dezernat für Wirtschaft und Liegenschaften bei verschiedenen Anlässen Gelegenheit zur Präsentation des Standortes gegeben. Der vom Amt für Wirtschaftsförderung vorbereitete **Jahresempfang der Wirtschaftsbotschafter** fand auf Einladung von Oberbürgermeister Schramma im Oktober 2007 im Museum Ludwig statt und bot wie im Vorjahr die Gelegenheit zum intensiven Austausch der Wirtschaftsbotschafter mit der Verwaltung und untereinander. Als interessanter Anknüpfungspunkt für zahlreiche Diskussionen diente der Vortrag über die Perspektiven Kölns 2020, den Herr Klaus Burmeister, Geschäftsführer der Z_Punkt GmbH The Foresight Company, im Anschluss an die Reden von Oberbürgermeister Schramma und Wirtschaftsdezernenten Dr. Walter-Borjans hielt.

Kommunikation mit den Wirtschaftsbotschaftern ist auch ein wichtiges Ziel, das mit dem neuen elektronischen Newsletter der Wirtschaftsförderung „Business Facts Cologne“ erreicht werden soll. Darüber hinaus Ziel werden die Wirtschaftsbotschafter vom Amt für Wirtschaftsförderung in unregelmäßigen Abständen per E-Mail über aktuelle Entwicklungen am Wirtschaftsstandort Köln, über die Ergebnisse von Untersuchungen, die auch Köln betreffen oder interessante Veranstaltungen informiert.

Die **Zahl der Wirtschaftsbotschafter** der Stadt Köln beträgt mittlerweile 145 Personen. Neu hinzugekommen sind engagierte Unternehmer, Personen, die einem bisherigen Wirtschaftsbotschafter in dessen Funktion im Unternehmen oder Amt gefolgt sind und einzelne im Ausland lebende Personen, die eine enge Verbindung zu Köln haben und im Rahmen ihrer Auslandstätigkeit für den Standort Köln werben können.

Delegationen

Köln war auch im vergangenen Jahr Zielpunkt zahlreicher Wirtschaftsdelegationen. Gleich zwei Besuchsgruppen konnten dabei von der Kölner Wirtschaftsförderung aus Kölns Partnerstadt Indianapolis begrüßt werden.

NEAC zu Gast in Köln

Im Januar, anlässlich der Tagung des EU-Projekts NEAC (Network of European Automotive Competence), an dem zehn EU-Regionen und eine russische Region mitwirken, hat die Wirtschaftsförderung die Projektmitglieder begrüßt und die Gelegenheit genutzt, den Wirtschaftsstandort und speziell die Bedeutung Kölns als Auto- und Motorenstadt vorzustellen.

Delegation aus Pennsylvania

Im Mai 2007 hat die Wirtschaftsförderung in Kooperation mit der Carl Duisberg Centren gGmbH eine Delegation aus Pennsylvania über die Stand und Entwicklungsperspektiven des Wirtschaftsraums informiert.

Standortanfragen, Unternehmens- und Ansiedlungsbetreuung

Auch in 2007 hat das Amt für Wirtschaftsförderung eine Vielzahl von Anfragen aus aller Welt zum Wirtschaftsstandort Köln und den notwendigen Ansiedlungsmodalitäten beantwortet.

Neben der Neuakquisition von Unternehmen nahm auch die Bestandspflege der bereits ansässigen ausländischen bzw. internationalen Unternehmen und Institutionen einen zentralen Stellenwert ein. So wurde die Betreuung der European Aviation Safety Agency, EASA, die seit 2004 ihren Sitz in Köln hat und eine äußerst dynamische Entwicklung aufzuweisen hat, fortgesetzt.