

# Workshop Film/Medien/Games |

29.08.2019

Ergebnisprotokoll



## KULTURENTWICKLUNGSPLANUNG WIESBADEN

Workshop Film/Medien/Games, 29.08.2019

### Ergebnisprotokoll

Nach einer kurzen Vorstellungsrunde erläuterte Kurt Eichler von der AG STADTart/Eichler/von Heyl die Bausteine und das Verfahren der Kulturentwicklungsplanung. Nach einigen beantworteten Nachfragen gab Kurt Eichler einen kurzen Einblick in die bisherigen Erkenntnisse aus den Interviews mit Expertinnen und Experten zum kulturellen Cluster „Film/Medien/Games“, wobei die Aussagen dem Erkenntnisstand zum Zeitpunkt des Workshops entsprechen. Dies kann sich im Verlauf der weiteren Bearbeitung noch verändern.



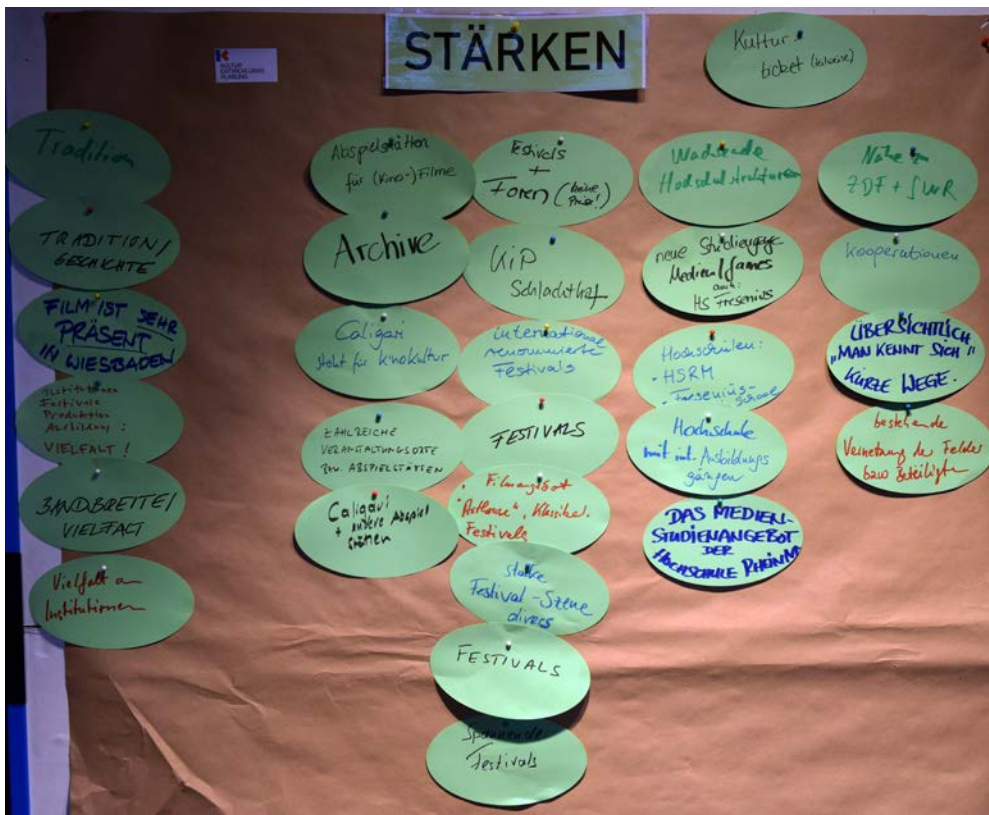
Wiesbaden versteht sich als Standort für Film und Medien, unter anderem aufgrund der in den 50er-Jahren in Wiesbaden angesiedelten Filmeinrichtungen. Der Medienbereich als Teilmarkt der Kultur- und Kreativwirtschaft spielt mit den Filmproduktionsfirmen und der Standortnähe zum ZDF eine wichtige Rolle. Die Hochschule RheinMain bietet diverse Medien- und Designstudiengänge, etwa zur Medienkonzeption und -produktion, zu Medieninformatik und -technik sowie Medien- und Designmanagement mit Bachelor- und Masterabschlüssen an. Neben Kinos, wie etwa der städtischen Caligari FilmBühne, dem Murnau Filmtheater, der Reihe „Filme im Schloss“, versteht sich das Medienzentrum Wiesbaden e.V. als Einrichtung der Medienkompetenzvermittlung (jährliches Programm „Kino macht Schule“). Der FilmClub Leibniz ist der älteste Jugendfilmclub Deutschlands in einer Schule. In Wiesbaden gibt es mit sieben Filmfestivals eine außergewöhnliche Dichte in dieser Festivalsparte. Auffällig ist, dass sich in Wiesbaden die Video- und Medienkunst augenscheinlich nicht etablieren konnte beziehungsweise keinen ausgewiesenen Ort gefunden hat (siehe darüber hinaus „Ergebnisse der Umfrage unter den Protagonisten der Film- und Medienbranche in der Landeshauptstadt Wiesbaden“ von Dr. Jutta Szostak im Auftrag des Kulturdezernats im November 2014; 2017 Umfrage zum Thema „Freizeit und Kultur“ in Wiesbaden durch Universität Mainz).



## STIMMUNGSBILD

### Stärken

Als Stärken des kulturellen Clusters Film/Medien/Games wurde vor allem die Vielfalt der Institutionen und des Angebots (Breite an unterschiedlichen Kinos, Ausbildung, international renommierte Festivals) genannt. Zudem bestehe eine lange Tradition am Standort Wiesbaden. Hinsichtlich der Gaming-Szene wurde das Vorhandensein neuer Studiengänge in diesem Bereich als positiv gesehen. Zudem wurde auf die Möglichkeiten zur Vernetzung innerhalb der Medienlandschaft und auf die Nähe zum ZDF und zum SWR hingewiesen. Die Akteurinnen und Akteure kennen sich und es bestehen kurze Wege der Kontaktaufnahme.



## Schwächen

Als deutliche Schwäche des Clusters wurde eine fehlende Vision für Wiesbaden als Medienstandort angesehen. Die Stadt habe kein Image als Film- beziehungsweise Medienstandort. Es fehle an geeigneten Konzepten respektive Leitlinien, um sich entsprechend zu positionieren. Beides zusammen führe dann auch zu einer mangelnden lokalen, aber insbesondere auch überregionalen Sichtbarkeit. Zudem sei zu wenig „filmischer Breitensport“ vorhanden. Als eine besondere Schwäche wurden auch die mangelnde finanzielle Absicherung vieler Projekte und das Problem des häufig unentgeltlichen Engagements genannt etwa bei der Durchführung von Filmfestivals. Zudem fehle es an einem gemeinsamen Marketing, an Angeboten für Produzentinnen und Produzenten von außen, an Räumen, die auch für junge Zielgruppen interessant sind und Absolventinnen und Absolventen veranlassen, in Wiesbaden zu bleiben („pulsierende Orte“). Zudem arbeiteten viele Akteure des Clusters eher alleine und „bleiben in ihrer Welt“.

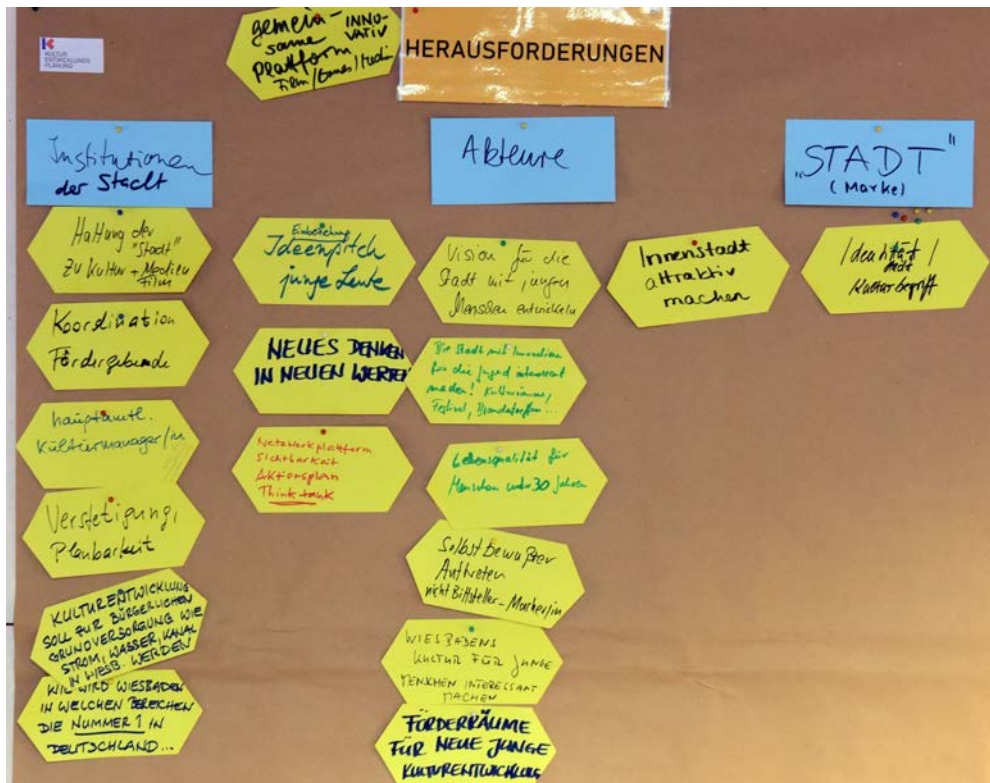


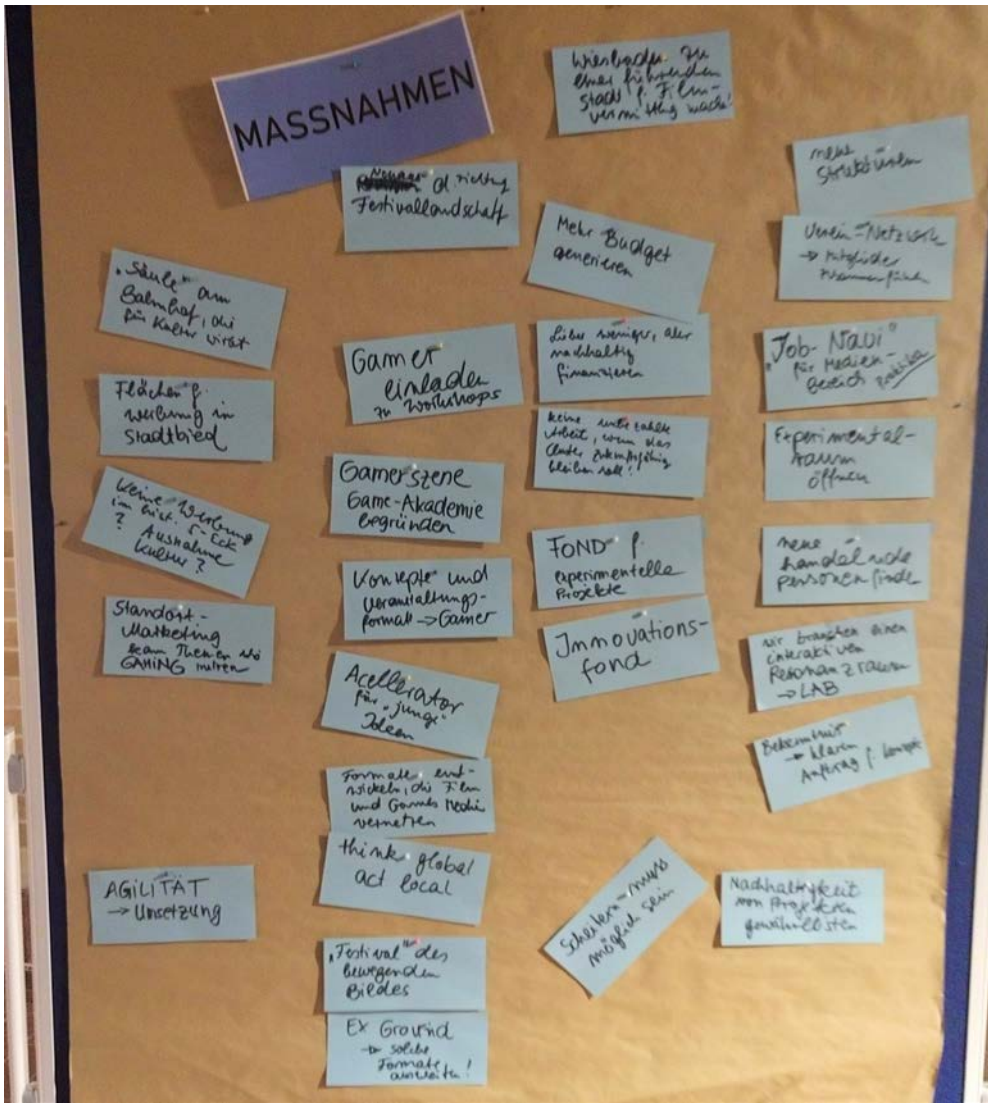
## Herausforderungen und Handlungsvorschläge

Als zentrale Herausforderung wurde ein klares Bekenntnis der Stadt zum Cluster Film/Medien/Games gesehen („Schaffung einer kulturellen Identität in der Stadt“). Hierzu sei ein neues Denken erforderlich („Selbstbewusster auftreten, nicht Bittsteller“; „Kulturentwicklung soll zur bürgerlichen Grundversorgung in Wiesbaden werden, wie Strom, Wasser, Kanal“). Eine wichtige Frage sei: Wie wird Wiesbaden in welchen Bereichen die Nummer 1 in Deutschland? Dabei gelte es insbesondere, jüngere Bevölkerungsgruppen anzusprechen und einzubeziehen, beispielsweise durch Förderräume („Lebensqualität für Menschen unter 30 Jahren“). Die Stadt müsse einen Aktionsplan verfolgen (unter anderem durch eine koordinierte Förderung) und möglichst viele Akteure auf diesem Wege mitnehmen. Wichtig seien auch die Verstetigung und bessere Planbarkeit von Projekten, eine verstärkte Sichtbarmachung aller Kulturangebote der Stadt Wiesbaden und eine Steigerung der Attraktivität der Innenstadt.

Vorschläge für Maßnahmen gab es vor allem im Bereich der Werbung und Sichtbarmachung der kulturellen Angebote in Wiesbaden, etwa in Form einer Infosäule am Bahnhof. Hierzu sei es notwendig, mehr Flächen in der Stadt zur Verfügung zu stellen („Keine Werbung im historischen 5-Eck. Muss das so bleiben?“). Gleichzeitig könne beispielsweise das Standortmarketing mit innovativen Projekten des Clusters für die Stadt werben. Bezüglich des engeren Filmbereichs wurde unter anderem eine Neuausrichtung der Festivallandschaft (etwa ein „Festival des bewegenden Bildes“ unter Einbezug der Gamer-Szene), eine andere Förderstrategie („Lieber weniger, aber nachhaltig finanzieren“), vernetzte Formate von Film und Games und eine stärkere Vernetzung (Schaffung einer „Netzwerkplattform“) vorgeschlagen. Die damit verbundene Arbeit dürfe nicht unbezahlt erfolgen, „wenn das Cluster zukunftsfähig bleiben soll“. Zudem wurde darauf verwiesen, dass man sich mehr der Gamer-Szene zuwenden müsse, und die dortigen innovativen Potenziale nutzen sollte (etwa „Gründung einer Gamer-Akademie“, Entwicklung von Veranstaltungsformaten).

Im Hinblick auf die Finanzierbarkeit sollte ein größeres Budget generiert werden sowie ein Innovationsfonds für neue Projekte. Generell sollte die Stadt mehr Aufträge für innovative Konzepte im Bereich des Clusters vergeben und dabei neue handelnde Personen einbinden („Wir brauchen einen interaktiven Resonanzraum/LAB“), ein Experimentierfeld für junge Ideen schaffen (hilfreich könnte hierbei ein „Job-Navi“ für Praktika sein) und für eine/n hauptamtliche/n Kulturmanager/in eine Stelle einrichten. Bei all diesen Vorschlägen wird eine größere Agilität in der Umsetzung gewünscht.







Anke von Heyl  
Von-Klespe-Str. 17  
50226 Frechen  
02234 4300937  
[www.ankevonheyhl.de](http://www.ankevonheyhl.de)  
E-Mail: [anke@vonheyhl.de](mailto:anke@vonheyhl.de)

Planungs- und Beratungsbüro  
Kultur – Freizeit – Sport  
Dipl.-Ing./Stadtplaner NW Ralf Ebert  
Gutenbergstraße 34, D-44139 Dortmund  
Fon: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 0  
Fax: +49-(0)231/ 58 44 99 5 - 27  
E-Mail: [mail@stadtart.com](mailto:mail@stadtart.com)  
[www.stadtart.com](http://www.stadtart.com)

Kurt Eichler  
Haubachstr. 23  
44229 Dortmund  
T. +49-231-732673  
M. +40-177-8259518  
E-Mail: [kurt.eichler@web.de](mailto:kurt.eichler@web.de)

Impressum: Kulturamt Wiesbaden, K.d.ö.R., Jörg-Uwe Funk, Schillerplatz 1-2, 65185 Wiesbaden, [kultur@wiesbaden.de](mailto:kultur@wiesbaden.de)