

„Hallo, Medien in Bremen – das ist hier...“

Vom Kundenzentrum im Pressehaus schauen Besucher und die Mitarbeiter/innen der Bremer Tageszeitungen AG auf die Martinstraße mit der Kreuzung Am Brill und die dahinter noch sichtbare Faulenstraße. Zusammen mit der Langestraße und ihrer Verlängerung jenseits des Brills hat diese Achse inzwischen einen neuen, gemeinsamen Namen: „Medienmeile Bremen“ (MMB). Dahinter steht eine Interessengemeinschaft, die MMB in das öffentliche Bewusstsein heben will. Über dieses Projekt sprach unser Redakteur Reinhard Wirtz mit Dr. Ulrich Hackmack, dem Vorsitzenden der Interessengemeinschaft und Vorstand der Bremer Tageszeitungen AG.

Frage: Herr Hackmack, welche Ziele verfolgt die Interessengemeinschaft „Medienmeile Bremen“?

Dr. Ulrich Hackmack: Hervorgegangen ist die Interessengemeinschaft aus einer Idee unserer Nachbarn, mit denen wir seit Jahren zusammenarbeiten und an denen wir auch zum Teil beteiligt sind. Wir haben ja hier eine Konzentration von Medienunternehmen und Firmen, die sehr eng mit Medienunternehmen zusammenarbeiten. Es lag also nahe, eine gemeinsame Plattform einzurichten, wie es sie in anderen Branchen auch gibt, beispielsweise bei EDV-Firmen, und hierüber zu versuchen, Aufmerksamkeit zu schaffen.

In zwei Jahren wird Radio Bremen ein neues Quartier am Ende der Faulenstraße beziehen. Dann wird Bremen auf einer Strecke von 1,6 Kilometern Länge – das ist eine englische Landmeile – eine Konzentration von bedeutenden und großen Unternehmen aufweisen, wie sie sonst nicht häufig anzutreffen ist. Am westlichen Ende dieser Achse wird sich Radio Bremen befinden, am östlichen Ende die Bremer Tageszeitungen AG, und in der Mitte dazwischen, Am Brill, arbeitet Bremen4u, eine Tochter von Radio Bremen, der Sparkasse und der Bremer Tageszeitungen AG.

Bremen gibt sich ja seit mehreren Jahren, teilweise zusammen mit dem Radio Bremen-Intendanten Heinz Glässgen, erhebliche Mühe, das Stephani-Viertel zu beleben und für dieses Quartier zu werben. Wir sind bereits hier, wir könnten uns doch mit Radio Bremen und der Stadt zusammen in ein Boot begeben und daraus etwas ganz Bekanntes machen.

Sie würden es gerne sehen, wenn Radio Bremen Mitglied der Interessengemeinschaft würde?

Unbedingt. Ich habe darüber mit Herrn Glässgen schon gesprochen. Er findet die Idee gut. Wenn Radio Bremen Mitglied werden wollte, müsste der Intendant sich das aber wohl von etlichen Gremien absegnen lassen, hat er signalisiert. Kein einfacher Weg also.

In Ihre Suche nach weiteren Mitgliedern und Partnern der Interessengemeinschaft beziehen Sie auch „Medien-affine“ Unterneh-

men ein. Wie weit ziehen Sie diesen Kreis?

Vom ursprünglichen Ansatz her würde man beispielsweise bei einem Unternehmen wie der Nordwest-Ticket GmbH die Grenze ziehen und sagen, dieses Unternehmen zählt dazu, und das ist es etwa. Vom geographischen Ansatz her haben wir aber die Chance, auch ganz andere Unternehmen mitmachen zu lassen, nämlich die, die hier ansässig sind. Weil möglicherweise die Attraktivität eines solchen Straßenzuges dadurch gewinnt. Ich könnte mir etwa auch die Elektronik-Händler wie Conrad und MB-Electronic darin vorstellen.

Was macht die Interessengemeinschaft „Medienmeile Bremen“ konkret? Hat sie sich einen Aktionsplan verordnet?

Im Moment lernen wir uns erstmal gegenseitig kennen. Wir haben zurzeit 14 Mitglieder, wir treffen uns auf Mitgliederversammlungen etwa alle zwei Monate und stellen uns gegenseitig vor. Bisher haben sich Radio Energy und MSP Medien Systempartner präsentiert. Beim nächsten Mal stellt sich New Voice vor, in absehbarer Zeit jemand, der gar nicht Mitglied ist, nämlich der Branchen-Verein Bremen IT und Medien mit seinen rund 120 Mitgliedern. Die würden es sehr begrüßen, wenn die „Medienmeile“ dort Mitglied würde.

Hat die Interessengemeinschaft sich konkrete Projekte vorgenommen oder setzen Sie darauf, dass im Laufe der Zeit etwas aus dem Kreis der Mitglieder heraus entsteht?

Wir erwarten, dass sich aus dem gegenseitigen Kennenlernen eine Dynamik entwickelt. Per Internet machen wir die „Medienmeile“ über das Quartier hinaus bekannt und senden das Signal: 'Hallo, Medien in Bremen, das ist hier'. Ich hoffe, dass auch die Stadt das wahrnimmt. So könnte man in Höhe der Schlachtpforte und am Ende der Faulenstraße beziehungsweise am Doventor einen Hinweis in das Stadtbild einfügen, der zeigt: Medienmeile Bremen. Wir haben ein sehr schönes Logo, das die menschlichen Wahrnehmungs- und Artikulationsmöglichkeiten Augen, Ohren und Mund symbolisiert. Für die Vermarktung des Stephani-Viertels könnte das positiv wirken.

Was sagt die Bremen Marketing GmbH dazu?

Wir haben darüber mit der Bremer Investitions-Gesellschaft gesprochen, und die BIG fand das sehr interessant. Was meiner Meinung nach bisher nicht so richtig bekannt ist: Die 14 Unternehmen, die hier auf engstem Raum ansässig sind, und die zurzeit die Interessengemeinschaft „Medienmeile Bremen“ bilden, beschäftigen insgesamt 7500 Mitarbeiter.

Wie wird sich die Medienmeile über die Internetpräsenz hinaus sichtbar machen?

Wir überlegen, ob wir uns irgendwann mal in gedruckter Form darstellen. Im November wird das Bremer Verlagstreffen zum zehnten Mal stattfinden, eine sehr angesehene Fachmesse für Zeitungs- und Zeitschriftenverlage mit Gästen aus dem gesamten deutschsprachigen Raum. Auch dort werden wir die Medienmeile vorstellen.

Es gibt ja in Deutschland und im Ausland bereits „Medienmeilen“. Orientieren Sie sich an einzelnen Vorbildern?

Das kann ich so nicht sagen. Nehmen wir an, es würde gelingen, zwischen Brill und Radio Bremen noch mal zehn weitere Firmen, ähnlich denen, die es hier schon gibt, anzusiedeln, dann wären

hier eines Tages auf anderthalb Kilometern Länge Firmen mit einem Potenzial von 10 000 Arbeitsplätzen vertreten.

Was wären für Sie die nächsten wichtigen Meilensteine?

Wir müssen uns in der Interessengemeinschaft in diesem Jahr und im ersten Halbjahr 2007 gut kennenlernen. Dann sollten wir entscheiden, in welchen weiteren Formen sich die „Medienmeile Bremen“ darstellt. Schon jetzt liegen uns viele positive Reaktionen vor. Mit der „Medienmeile“ wird einmal so etwas wie eine attraktive Marke entstehen, die sich vielfältig einsetzen lässt. Diese Marke vermittelt die Botschaft: Hier ist der Medienschwerpunkt Bremen.



Ulrich Hackmack, Vorstand der Bremer Tageszeitungen AG

FOTO: KOCH

SANIERUNG IST UNSERE SPEZIALITÄT

Alles gut bedacht!

Dach- und Fassade

inkl. Wärmepass gratis

nach neuester EnEV

Finke

BEDACHUNGEN

04203/437390

SICHERN SIE SICH JETZT DIE FÖRDERUNG!

Suchen Sie eine gute Beratung?

Dann kommen Sie zu uns. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

Die HERBSTKOLLEKTION ist eingetroffen.

Gute Schuhe von Ara, FinnComfort, Dietz, Waldläufer... in den Weiten F, G, H, K und für Ihre Einlagen.

Im Angebot jetzt Herrenschuhe von Seibel, Clarks und Sioux.

Für die Kids GEOX-Schuhe und Stiefel in den neuen Farben.

Das Fachgeschäft für Schuhe.

Hägermann

www.schuhhaus-haegermann.de

Gastfeldstraße 24

28201 Bremen

Telefon 55 39 69

Bombay

Indisches Restaurant mit Balti- und Tandoori-Spezialitäten

Herzlichen Glückwunsch
zum 50-jährigen Bestehen
und vielen Dank für gute Zusammenarbeit!

Täglich geöffnet, Dienstag bis Freitag zusätzlich günstiger Mittagstisch
Sonn- und Feiertags Mittagsbuffett zum Sattessen für 9.50 €

Daniel-von-Büren-Straße 29 • 28195 Bremen • Tel. 04 21 / 17 05 96 • www.bombay-restaurant.de