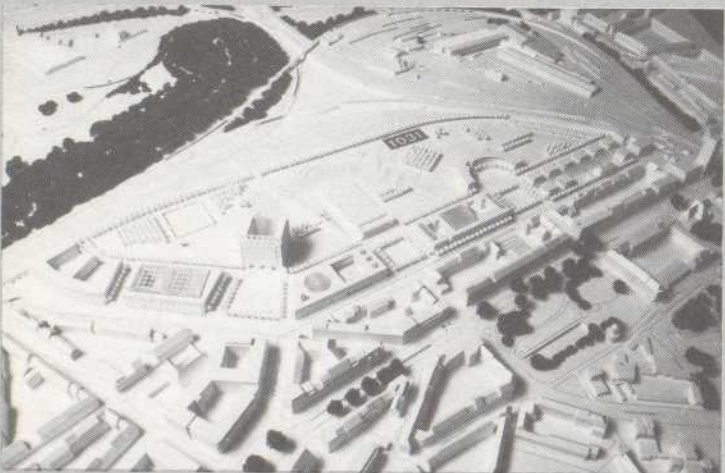




Volf, Saarbrücken-Preis



Schuster, Kaiserslautern-Preis



Ungers, Köln-Preis



Minohara, Tokio-Preis

Die Stadt Köln plant die Errichtung eines Mediaparks auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs Gereon am nordöstlichen Rand der Innenstadt. Der Begriff Mediapark soll bedeuten: „Zentrum für Informations- und Kommunikationstechnik, Aus- und Weiterbildung, Wohnen, Freizeit und Kultur“. Die architektonische Umsetzung dieser Definition in einem Ideenwettbewerb ist der vorläufige Höhepunkt des Plans, Köln zu einer nationalen und internationalen Medienmetropole auszubauen. Im Zusammenhang mit Untersuchungen über „Wirtschaftsentwicklung und Arbeitsmarkt“ setzte sich die Stadt Köln Mitte 1985 erstmalig intensiv mit dem Projekt eines Mediaparks auf dem Gereongelände auseinander. Man begann, ein Konzept zu erarbeiten, welche Branchen und Firmen sich auf dem Gebiet ansiedeln sollten. Dabei stellte sich immer deutlicher heraus, daß Köln besondere Standortvorteile für Firmen der Medienbranche bietet. Durch die schon vorhandenen öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten, Fernsehgesellschaften und die zu erwartenden privaten Rundfunkanbieter ergibt sich im audiovisuellen Bereich die Möglichkeit des Ausbaus der heute schon starken Position. Da ohne entsprechendes Rühren der Werbetrommel kein Aufsehen zu erregen ist, trat die Stadt Köln schon früh mit ihren Ideen zum Mediapark an die Öffentlichkeit. Man träumte von den verschiedensten Telekommunikationseinrichtungen, Integration der Nutzer, Lösung der problemspezifischen Randbereiche, neuartigen und zukunftsweisenden Technologien. Als die in Auftrag gegebenen Gutachten über die Chancen einer Realisierung dieser Visionen allesamt Positives postulierten, war es nur noch ein kleiner Schritt bis zur Auslobung eines internationalen Ideenwettbewerbs. Zu diesem städtebaulichen Wettbewerb lud man 10 ausländische Architekturbüros ein und schrieb ihn bundesoffen incl. Berlin aus. Von den ursprünglich 10 eingeladenen Büros (Alsop & Lyall London, Aulenti Mailand, Hertzberger Amsterdam, Minohara Tokio, Meier New York, Peichl Wien, Rossi Mailand, Snozzi Locarno und Zeidler Toronto) gaben nur 4 (Alsop & Lyall, Minohara, Rainer, Zeidler) ihre Arbeiten ab. Ohne entsprechende Honorierung sind einige dieser „Edelkreativen“ wohl doch nicht so leicht zur Abgabe zu motivieren. Insgesamt wurden schließlich 103 Entwürfe eingereicht.

Was die Stadt Köln dann als Wettbewerbsprogramm aufgestellt hatte, hätte vom Wortschatz her einem Perry Rhodan

## Mediapark

Heft Konkurrenz machen können: Mailbox, Temex, Chipkarte, Breitbandanwendungen, Telematik, Digiton, Publicon und Telematik. Ein unentwirrbarer Dschungel von Worten, der noch von nichtssagenden Sätzen wie z.B. dem folgenden begleitet wurde: „Die Nutzungen sowie die Integration und Abgrenzung von Nutz- und Grünflächen sind noch so wenig festgelegt, daß die städtebauliche Konzeption eine maximale Flexibilität enthalten muß.“

In einem großen Kolloquium/Symposium versuchte man dann, die Ausschreibung in eine allgemeinverständliche Sprache zu übersetzen. Dabei wurden auch einige der vorher geforderten Wettbewerbsleistungen ersatzlos gestrichen. Hätte man bei diesem Kolloquium gesagt, daß man Entwürfe bevorzugt, die ein werbewirksames Image oder mehr eine „Mediapark spezifische Gestaltung“ – was immer das auch sein mag – haben, und wäre dann dieses Image konkret beschrieben und definiert worden, wären vielleicht mehr Entwürfe in diese Richtung entstanden. So wurde von den Teilnehmern gefordert, die Hälfte des Geländes nicht zu bebauen und auf der Restfläche Nutzungen mit 110.000 qm sowie Wohnungen und Kleingewerbe zu entwerfen. Besonderer Wert sollte auch auf die räumliche und funktionale Verknüpfung mit den angrenzenden Stadtgebieten gelegt werden. Eine Verkehrsplanung wurde ebenfalls gefordert. Einziger Hinweis auf das „Image“ war ein cleveres Werbevisionsbild, das aber mehr an alte NASA-Entwürfe oder Weltausstellungen als an ernstzunehmenden Städtebau erinnerte.

Die eingereichten Wettbewerbsarbeiten waren im Gewerbepark Westkreuz in großzügigen, gut beleuchteten Räumen ausgestellt. Überraschend ist, daß die Jury unter Vorsitz von Prof. Angerer sich nicht an die Preisverteilung der Auslobung gehalten hatte, sondern 6 gleichrangige Preise und 4 Ankäufe vergab. Preisträger sind Volf Saarbrücken, Schuster Kaiserslautern, Ungers Köln, Minohara Tokio, Müller-Born Kassel und Zeidler Toronto. Ankäufe gingen an Kölner Planwerkstatt, Alsop & Lyall mit Medium London/Hamburg, Cadez und Ruic Köln sowie Busmann und Haberer Köln. Die Jury hatte sich nicht