

Kölner Stadt-Anzeiger

Bad Münstereifel - 21.02.2013

DOKUMENTATION

Um einen Werbefilm ging es nie



Bürgermeister Alexander Büttner steht im WDR-Film der Presse am Telefon Rede und Antwort.

Foto: WDR

Von Thomas Schmitz

Die Diskussionen um den WDR-Film "Die Story: Unsere Stadt soll Outlet werden" gehen weiter. Jetzt äußert sich einer der beiden Regisseure. In einem Brief an Bürgermeister Alexander Büttner stellt er seine Sicht der Dinge dar.

Nach wie vor schlägt der Film „Unsere Stadt soll Outlet werden“ aus der WDR-Reihe „Die Story“ hohe Wellen. Nachdem sich Bürgermeister Alexander Büttner und Investor Georg Cruse über die 45-minütige Dokumentation im „Kölner Stadt-Anzeiger“ beschwerten, meldet sich nun einer der beiden Filmemacher zu Wort.

Den Vorwurf „Der WDR wollte der Stadt nichts Gutes“, den Büttner geäußert hatte, weist Marko Rössler entschieden zurück: „Bad Münstereifel ist ein liebenswertes Städtchen, und ich wünsche ihm alles Gute.“ Grundsätzlich findet Rössler es positiv, dass jetzt über den Film und dessen Inhalt diskutiert wird.

Der Filmemacher hat einen Brief an Alexander Büttner geschrieben, der dem „Kölner Stadt-Anzeiger“ vorliegt. Von den Äußerungen des Bürgermeisters in der Presse ist Rössler enttäuscht. Er und sein Kollege Jörg Laaks hätten sich „offenen Herzens und offenen Geistes“ über drei Monate lang der Aufgabe gestellt, eine Gemeinde im Umbruch zu zeigen. Als unabhängiger Filmemacher sei es seine Pflicht, die Sorgen der Outlet-Kritiker ernst zu nehmen. Bei dem Projekt ging es nicht, wie von Alexander Büttner erhofft, um einen Werbefilm für das Outlet.

„Aber vielleicht ist der Film trotz alledem ein Werbefilm für Bad Münstereifel geworden. Denn wie schön das Städtchen ist, in dem Sie und Ihre Mitbürger leben, das wird schon durch die zahlreichen Menschen deutlich, die sich jetzt nach ihrer Ausstrahlung zu Wort melden und um diese Schönheit fürchten“, schreibt Marko Rössler. Auf Büttners Aussage, dass den Gegnern des Outlets zu viel Aufmerksamkeit zuteil geworden sei, antwortet Rössler: „Setzen Sie sich mit der Stoppuhr neben den Fernseher und Sie werden erstaunt sein, dass Sie, Herr Büttner, zu denen gehören, denen die meiste Redezeit eingeräumt wurde.“

Darüber hinaus habe das Ehepaar Nipp, das sein zweites Café aufgeben musste, durchaus zum Ausdruck gebracht, dass es Hoffnungen in das Outlet setzt.

Der Behauptung von Georg Cruse, dass es nie einen Termin zwischen Karl Günter Nipp und dem Nachmieter des Erftcafés gegeben habe, widerspricht Rössler: „Herr Nipp hat nicht für unsere Kamera gewartet, und Herr Cruse wird sich daran erinnern, dass wir bei ihm persönlich für diesen Termin um eine Dreherlaubnis gebeten haben, der er auch zugestimmt hat.“ Dass niemand kam, habe die Filmemacher und Nipp gleichermaßen gewundert.

Im Film sei von vielen Hoffnungen die Rede, die mit dem Outlet verknüpft sind. Da zum jetzigen Zeitpunkt

noch niemand sagen kann, ob diese Hoffnungen berechtigt sind, haben sich die Filmemacher laut Rösseler mit Wertungen zurückgehalten. „Wir wünschen allen Bad Münstereifelern, dass ihre Hoffnungen nicht enttäuscht werden. Wenn unser Film aber dazu beigetragen hat, eine Diskussion über das Wünschenswerte in Gang zu setzen, so ist dies in unseren Augen nur gut. Mehr konnten wir nicht erreichen“, schreibt Marko Rösseler abschließend.

Mittlerweile sind in der Lokalredaktion auch die ersten Stellungnahmen zum Film eingegangen. Gleich zweimal äußerte sich die IG Stadtentwicklung, in deren Internet-Gästebuch sich mittlerweile rund 180 Kommentare zur „Story“ finden. In beiden Stellungnahmen schießt die IG hauptsächlich gegen den Bürgermeister und gegen Investor Georg Cruse. Letzterer habe mit seiner Aussage, der WDR habe Szenen gestellt, seinem „ohnehin negativen Image“ geschadet. Büttner werfen sie vor, sich immer wieder aus der Verantwortung zu winden. „Wachen Sie auf, sehen Sie die Realität. Sie glauben ja immer noch, es wären wenige Kritiker.“ Der WDR-Film gebe nur die Stimmung der verunsicherten Menschen zum Thema Outlet-Center wieder.

Auch der Bad Münstereifeler Buchhändler Josef Mütter schrieb einen Brief an die Redaktion, in dem er sich über die derzeitige Situation in der Kurstadt äußert, an der „ein fehlendes, langfristiges Gesamtkonzept für die Stadt und die Umgebung, unattraktive Einkaufsmöglichkeiten, Arroganz, Raffgier, Neid und das Internet“ Schuld seien. Viele Kunden würden mittlerweile in Einkaufszentren oder im Internet ihre Waren bestellen. „Meistens ist das noch nicht mal günstiger, aber bequemer“, so Mütter.

Zahlen und Fakten

Rund 12 000 Quadratmeter soll das Outlet umfassen, mit rund 50 Shops in einer Größe von 60 bis 800 Quadratmetern. Die Kosten beziffern die Investoren auf 45 Millionen Euro. Das Angebot besteht aus einem Mix, unter anderem 53 Prozent Mode, 20 Prozent Sport & Outdoor, 13 Prozent Schuhe und fünf Prozent Accessoires.

Artikel URL: <http://www.ksta.de/bad-muenstereifel/dokumentation-um-einen-werbefilm-ging-es-nie,15189142,21906248.html>

Copyright © 2012 Kölner Stadtanzeiger