

In der Dramaturgie der Filmbranche gibt es kaum einen größeren Plot-Twist als einen Standortwechsel. Nun wechseln die Filmtage von Köln nach Hamburg.

Wenn ein etabliertes Branchenereignis wie die Filmtage Köln die Domstadt verlässt und an die Alster zieht, ist das mehr als nur eine logistische Meisterleistung. Es ist ein Akt, der das gesamte „Mise-en-scène“ der deutschen Filmwirtschaft neu definiert – und Hamburg positioniert sich als visionärer Produzent.

Die Filmtage Köln, die sich zuletzt in den vertrauten Hallen des Cinedom tummelten, waren eine feste Größe, eine verlässliche Fachveranstaltung mit über 1.000 jährlichen Besucher*innen aus der Kino- und Verleihbranche. Es war ein Treffpunkt, bei dem der narrative Bogen klar war: die Präsentation der kommenden filmischen Highlights für das Fachpublikum, um die Kinoplakate und die Verleiher*innen der nächsten Monate vorzustellen. Doch das filmische Ökosystem ist in Bewegung. Wie Anja Thies kürzlich gegenüber *The Spot Mediafilm* unterstrich, geht es darum, „den deutschen Film mehr in den Fokus“ zu rücken – eine Mission, die den Umzug nach Hamburg in ein neues Licht taucht. Es ist der Versuch, aus einer Reihe von Einzelveranstaltungen eine kohärente, blockbusterartige Erzählung zu formen. So wird aus einer bewährten Messe ein strategischer Schachzug.

Hinter den Kulissen spricht man von einer „strategischen Zusammenarbeit“ zwischen den Veranstalter*innen GROSSES KINO MERCHANDISE & EVENT GmbH, AllScreens und dem HDF. Ein Team-Up, von dem man sich erhofft, dass es die Branche stärker vernetzt. „Mit dem Umzug der Filmtage und dem Zusammenschluss mit dem Filmtheaterkongress KINO wird in Hamburg ein neues Kapitel für den Film und die Kinobranche aufgeschlagen“, verkündete Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien, mit feierlichem Unterton. Dieser Satz ist das programmatische Leitmotiv der neuen Inszenierung.

Der neue Schauplatz, das Areal rund um das Cinemaxx Dammtor und das Congress Center Hamburg (CCH), ist ein Statement an sich. Es ist keine charmante, aber begrenzte Kulisse, sondern ein ausgewachsener „Campus“. Der Begriff allein verrät den neuen Fokus: kompakt, effizient und vernetzt. Man hört die Produzent*innen im Hintergrund rufen: „Wir schaffen einen zentralen Treffpunkt für Kino, Filmverleih, Technik, Agenturen, Dienstleister, Vermarktung und Visionen – alles unter einem Dach.“

Das ist die logische Fortsetzung in der Welt des Showbusiness. Aber birgt diese Expansion nicht auch eine Gefahr? Eine, die den intimen Subtext des Films – die Leidenschaft für die Leinwand – im Getöse der geschäftlichen Effizienz erstickt? Die erste Klappe für diesen

neuen, ambitionierten Film fällt in der Woche vom 6. Juli 2026. Ich hoffe, dass trotz des neuen Settings der Kern der Veranstaltung bestehen bleibt: der unbändige Enthusiasmus für das Kino. Und nicht nur der für seine Verwertungskette.

