

Warum der Rheinturm wieder zur Litfaßsäule wird

Zum Start der neuen Staffel von Heidi Klums Casting-Show „Germany's Next Topmodel“ dient Düsseldorfs höchstes Gebäude als Werbefläche. Wer verdient daran?

VON KIM-KHANG TRAN

DÜSSELDORF Das Gesicht von Deutschlands bekanntestem Model, hoch über und inmitten von Düsseldorf: Heidi Klum setzt eine Sonnenbrille auf und lächelt, dann sind halbnackte Männer und Frauen zu sehen. Danach ein Slogan: „GNTM für alle“. Zum Schluss noch das rote Logo des Fernsehsenders ProSieben in siebenfacher Ausführung. Seit Rosenmontag und noch bis Donnerstag läuft auf dem Rheinturm täglich Werbung für die neue Staffel der Casting-Show „Germany's Next Topmodel“, zur besten Sendezeit zwischen 19 und 23 Uhr.

„Für unsere Show suchen wir immer wieder nach innovativen und aufmerksamkeitsstarken Ideen – auch in der Vermarktung“, sagt ProSieben-Sprecher Christoph Körfer. „Eine gigantische Projektion auf den Rheinturm in Düsseldorf haben wir noch nie gemacht. Da kommt am Rosenmontag kein Jeck dran vorbei.“ Tatsächlich verleiht diese Werbeaktion dem Düsseldorfer Wahrzeichen ein ganz neues Äußeres, ähnlich wie ein Kostüm. „Wir nutzen 3D-Mapping, eine Technik, die Bilder und Animationen direkt auf die Oberfläche des Rheinturms projiziert“, sagt der Sprecher des Senders. „Dadurch wird der Rheinturm in ein lebendiges Kunstwerk verwandelt.“ Entstanden sei das Projekt in Zusammenarbeit mit der Agentur TNL aus Bielefeld.

Wahrgenommen wurde die Werbung von den kostümierten Passanten, die am Montagabend an der Rheinufersperrpromenade spazierten: Auf den Rheinturm angesprochen antworteten etwa zwei Frauen sofort, dass es dabei um die 19. Staffel von „GNTM“ gehe. Allerdings sagte die eine von ihnen, dass sie die Fernsehsendung schon seit langer

Zeit nicht mehr schaue – und auch die Werbung nichts daran ändern werde. Ihre Begleiterin sagte, dass sie ohnehin am Donnerstag einschalten wolle.

Ermöglicht wurde die Werbeaktion durch die Deutsche Funkturm GmbH (DFMG), die den Rheinturm als Werbefläche vermietet und bei der technischen Umsetzung unterstützt. „Mit einer beispielbaren Höhe von 150 Metern ist der Rheinturm die höchste Werbefläche in Düsseldorf und durch seine exponierte Lage im Medienhafen weithin sichtbar. Mit diesen besonderen Eigenschaften ist der Fernsehturm seit vielen Jahren Ausgangspunkt

„Wir sind offen für gute Ideen“

spektulärer Lichtaktionen“, sagt DFMG-Sprecher Benedikt Albers. Er verweist auf das NRW-Fest 2016, eine Werbekampagne der Telekom im Jahr 2020, eine Aktion des Mode-Herstellers Tommy Hilfiger im Jahr 2021 sowie eine Illumination zur Handball-Europameisterschaft im vergangenen Monat – inklusive Sichtbarkeit für den Sponsor Puma. Nach der aktuell laufenden Kampagne sind laut der DFMG bereits weitere Aktionen geplant, allerdings bislang noch keine für die Fußball-EM. „Hier sind wir offen für gute Ideen“, sagt der Sprecher.

Und wie funktioniert die Werbeaktion technisch? „Wir haben am Rheinturm zwei fest installierte Beleuchtungsanlagen“, erklärt Albers. Sieben große Scheinwerfer am Boden und zusätzlich fünf auf der untersten Antennenplattform, mit der sich die Spitze beleuchten lässt. „Über diese Anlage können wir den Fernsehturm weiß erhellen, aber eine beeindruckende Beleuchtung ist damit noch nicht möglich.

Allerdings lässt sich die Grundfarbe ändern, indem ein farbiger Filter auf den Scheinwerfern angebracht wird.“ Für die „GNTM“-Kampagne brauche es zusätzliche Technik.

„Das Prinzip ähnelt dem eines Beamers und einer Leinwand. Dabei ist der Schaft des Rheinturms eine überdimensionale, 150 Meter hohe, abgerundete Leinwand“, so der Sprecher. Aufgrund der besonderen Form benötige man spezielle Beamer, die genug Leuchtkraft für diese große Fläche haben. Außerdem müsse die Vorlage die abgerundete Projektionsfläche berücksichtigen, damit die Motive nicht verzerrt dargestellt werden. Zum Einsatz kommen Scheinwerfer oder Laser, wobei Scheinwerfer bei großflächigen Beleuchtungen, Laser dagegen bei animierten oder detaillierten Inhalten besser geeignet seien. „Wenn alle Seiten beleuchtet werden sollen, sind je nach Motiv drei bis vier Beamer erforderlich, die sich gleichmäßig um den Turm verteilen“, so Albers.

Neben den kommerziellen Werbekampagnen, die über die DFMG laufen, gibt es noch wohlwärtige Anlässe, zu denen der Rheinturm erleuchtet wird. Diese übernimmt die Industrieterreins Düsseldorf-Reisholz AG (IDR), die zusammen mit der DFMG Eigentümerin des Rheinturms ist und mit ihr die Einnahmen teilt. So wurde der Fernsehturm beispielsweise am Welt-Dia betestag blau angestrahlt. „Wir sind eine städtische Gesellschaft und der Rheinturm ist nun einmal ein repräsentatives Gebäude hier in Düsseldorf, deshalb wollen wir uns bei solchen teilweise auch weltweit stattfindenden karitativen Tagesaktionen beteiligen“, so IDR-Finanzvorstand Manfred Kornfeld. „Dafür entstehen der Organisation keine Kosten, aber das muss dann auch wirklich für einen guten Zweck sein.“

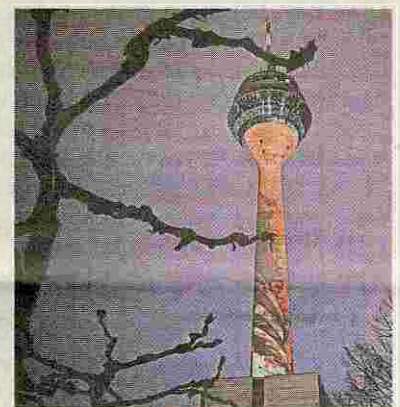
Aktuell gebe es aufgrund der Energieparmaßnahmen vergleichsweise wenige Illuminationen, „das könnte aber in der nächsten Zeit gelockert werden“, so Kornfeld. „Allerdings wollen wir das ein bisschen in Grenzen halten. Wir wollen auf keinen Fall, dass da wöchentlich neue Werbung kommt, wir wollen den Rheinturm nicht als Litfaßsäule nutzen. Das soll etwas Besonderes sein.“ Aus diesem Grund gebe es im Jahr nur ungefähr fünf kommerzielle und fünf karitative Illuminationen.



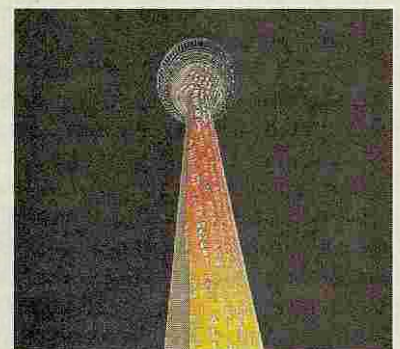
Februar 2024: das Intro von „Germany's Next Topmodel“. FOTOS (2): TRAN



Logos des Werbekunden ProSieben: Die Kampagne läuft vier Tage lang.



März 2023: Keine Werbekampagne, sondern eine Kunst-Installation. F. ABR



Januar 2024: Illumination zur Handball-EM mit Sponsor Puma. F.: HARSTE

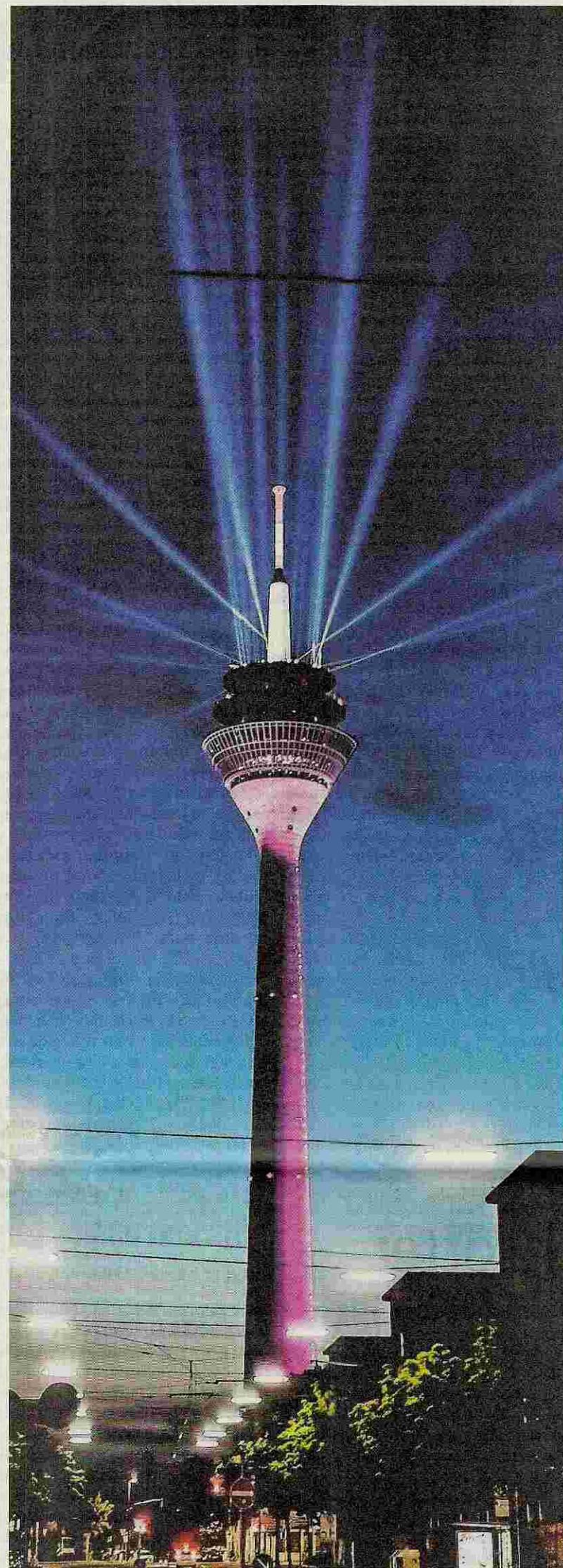
INFO

Wem gehört das Wahrzeichen eigentlich?

Fernsehturm Der Rheinturm ist mit 240,50 Metern Düsseldorfs höchstes Bauwerk und der zehnthöchste Fernsehturm Deutschlands. Gebaut wurde er in den Jahren 1978 bis 1982. Seitdem dient er als Träger von Antennen für Richtfunk, DVB-T-Fernsehen und UKW-

Funkdienste sowie als Aussichtsturm für Besucher.

Eigentümer Die Deutsche Funkturm GmbH, ein Tochterunternehmen der Deutschen Telekom, und die Industrieterreins Düsseldorf-Reisholz AG (IDR), eine hundertprozentige Tochtergesellschaft der Stadt Düsseldorf, sind Betreiber und Eigentümer des Rheinturms.



Telekom-Werbung im Juni 2020: Ein Lichtdesigner tauchte den Turm in Magenta, um den Mobilfunk-Standard 5G zu präsentieren. RP-FOTO: ANDREAS BRETZ