

# Kultur & Medien

STUDIE WAS C. D. FRIEDRICH HAMBURG GEBRACHT HAT

## Kunsthelfer ließen 8,4 Millionen Euro hier

Kultur, von hoher Qualität und gut beworben, kostet nicht nur, sie bringt auch spürbaren Gewinn.

Hans-Juergen Fink  
Hamburg

Lohnt es sich für eine Stadt, in Kultur zu investieren? Es lohnt sich. Und zwar direkt in den Portemonnaies: Für 15 500 Hotelübernachtungen, 86 400 Einkäufe und 91 700 Gastronomiebesuche haben auswärtige Besucher der Ausstellung „Caspar David Friedrich – die Erfindung der Romantik“ der Hamburger Kunsthalle zwischen Oktober 2006 und Ende Januar 2007 Geld in Hamburg gelassen. Und zwar 8,4 Millionen Euro.

Das beweist eine Studie, für die ein Prozent der 325 000 Ausstellungsbesucher befragt wurden. Erhoben und ausgewertet hat die Daten der Bereich „markt – forschung – kultur“ des Instituts für Region und Handel, Bremen, im Auftrag der Kunsthalle. Demnach kamen nur 24 Prozent der Friedrigh-Besucher aus der Metropolregion Hamburg, 76 Prozent von außerhalb. Für 115 000 Menschen war die Ausstellung Hauptgrund ihrer Hamburg-Reise.

Während Plakate als Informationsmedium die größte Rolle spielen (was für eine intensive Kulturwerbung mit diesem Me-

dium in anderen Städten spricht), stehen unter den Motiven für den Ausstellungsbesuch Werbemaßnahmen (inklusive Anzeigen, Flyer und Internet-Seiten), Berichtserstattung in den Medien und die persönliche Empfehlung gleichauf. Unter den bundesweiten und regionalen Medien haben die Zeitungen die Nase ganz weit vorn – vor Internet, Zeitschriften, TV und Hörfunk. Von den Zeitungen wurde am häufigsten das Abendblatt genannt, wenn nach der Wahrnehmung einzelner Informationsträger gefragt wurde.

Die Investition in Kultur lohnt sich aber auch für Sponsoren und Partner (E.ON Hanse, Bahn, „Die Zeit“, NDR Kultur), die von einer großen Menge der Ausstellungs-

**Hamburg braucht den Imagewechsel hin zur Kulturstadt, wenn sie junge Kreative anziehen und an die Stadt binden will.**

besucher positiv wahrgenommen werden, selbst wenn sich dieser Effekt nicht direkt in Euro und Cent umrechnen lässt.

Eindeutiger ist das beim Einnahmeplus in der Stadt möglich, wie die eingangs genannten Zahlen zeigen. Es übersteigt vermutlich sogar die 8,4 Millionen Euro, wenn man statt der herangezogenen Durchschnittsausgaben von Touristen bedenkt, dass 54 Prozent der Ausstellungsgäste Akademiker waren, die mehrheitlich über überdurchschnittliche Einkommen verfügen dürften.

Weniger spürbar ist allerdings bisher, was die Stadt und ihr Geflecht von Stadtimage-Vermark-

tern und Tourismusförderern mit diesen Erkenntnissen anfangen, die auch vom Kulturwirtschaftsbericht 2006 gestützt werden.

Kultur- und Finanzstaatsrat Detlef Gottschalk sprach bei der Vorstellung der Studie am Mittwoch von einem „Imagewechsel“, den Hamburg anstreben müsse – weg vom übermächtigen Bild der Hafencity, hin zum Bild einer anregungsreichen Stadt, die mit ihrem vielfältigen Kulturangebot junge Kreative anzieht und binden kann.

Dem gegenüber steht ein Blick auf die Kultur, wie ihn zum Beispiel Thorsten Kausch (Hamburg Marketing GmbH) und Bernd Meyer (Wirtschaftsbehörde/Tourismuswirtschaft und Marketing) vertreten: Man wirbt nur mit großen, gut vorzeigbaren Leuchtturmevents, „die zur Marke Hamburg passen“. Dazu könnten auch das Hamburg Ballett oder das Reeperbahn-Festival gehören. Wie im Hamburg-Image die Kultur zwischen den Leuchttürmen platziert werden soll, dazu war den Marketing-Experten nichts Präzises zu entlocken.

Es bleibt aus der Studie über Caspar David Friedrichs Besucher die alte, offenbar aber immer wieder überraschende Erkenntnis: Kultur zahlt sich aus. Einige merken das schneller als andere: Kunsthallenchef Hubertus Gäßner verriet mit bedeutungsvollem Seitenblick zu E.ON Hanse-Vorstand Hans-Jakob Tiessen, dass man mit Partnern aus der Wirtschaft bereits in Gesprächen über große Nachfolgeprojekte in der Kunsthalle stehe.

## Lotto-Spaß und Pet-Shop-Pop



Die Stadtparksaison wurde von Lotto King Karl im Regen eröffnet.

FOTO: MALZKORN

Mit einem lauten „Moin Moin Hamburg!“ betrat er die Bühne und tanzte vergnügt durch die Pfützen. Lotto King Karl war in Bestform, als er am Mittwoch die Stadtpark-Saison mit einem dreistündigen Auftritt eröffnete. Und nicht nur er: „Wir sind Hamburger, wir sind wasserfest“, dachten sich auch seine Fans und waren trotz Schmuddelwetter in Scharen angereicht.

Schon beim zweiten Song wurden die Regenschirme verstaut – was braucht man mehr als „Glaube, Liebe, Hoffnung“? Na, „Fußball und Dosenbier“. Schließlich wurde mit Lotto gefeiert „Bis der Arzt kommt“. Zu „Fliegen“, „Hamburg, meine Perle“ und „Aus Liebe zum Spiel“ lagen sich die Hamburger Jungs (die Deerns waren wie immer in der Unterzahl) dann in den Armen. Bei so fröhlichem Lokalpatriotismus störte es nicht, dass hier und da ein Ton daneben-

lag. Lotto ist eben ein Herzkünstler.

Eher einen Herzkasper dürfte am Folgetag mancher Fan von einer Band bekommen haben, die 1993 mit dem Village-People-Klassiker „Go West“ eine Hymne abgeliefert hatte, die die Fußballstadien der Welt erobern sollte. Die Pet Shop Boys! Live in Hamburg! Wie aufregend! So war es gestern, die Lotto-Bierbecher waren noch kaum aufgefeigt, auf der diesmal nicht ausverkauften Stadtparkbühne. Natürlich waren Neil Tennant und Chris Lowe zwar schon vorvergangenes Jahr im Stadtpark, das allerdings mit einer Neuvertonung des Stummfilm-Klassikers „Panzerkreuzer Potemkin“. Ihre Fans aber wollten nach langer Zeit wieder die Pet Shop Boys haben, wie man sie kennt: überkandidelt, bonbonbunt, multimedial, elektronisch. Ein wenig schwul, ein wenig politisch.

„Wir sind die Pet Shop Boys“, stellten sich die Hummel-Hummel-Männer Tennant und Lowe vor und gaben gleich zu: „I’m With Stupid“ (Bush). Das Publikum hingegen war mit ihnen, spätestens bei „Suburbia“ und „Rent“. Das sind diese Synthie-Klassiker, die all den üblichen Pet-Shop-Pomp, ausgefeilte Video- und Licht-Collagen sowie Tanz- und Doppelgänger-Choreografien, eigentlich überflüssig machen. Aber optische Überraschungen wurden ja erwartet, also überraschten die Boys ganz „Flamboyant“ die erwartungsfrohen Fans – erwartungsgemäß auch mit den Hits „Always On My Mind“ und „West End Girls“.

Nach zwei Stunden Pop, wie Pop nur Pop sein kann, ging es – „Go West“ – in alle Himmelsrichtungen auf den Heimweg mit der Erkenntnis: Die sind eben Künstler. Moderne Künstler mit klassischen Werken. (hpkp/tl)

## Rekordpreise für Nachkriegskunst

NEW YORK – Das Pop-Art-Gemälde „Green Car Crash“ (1963) von Andy Warhol wurde in der Nacht zum Donnerstag im Auktionshaus Christie’s für 71,7 Millionen Dollar (52,5 Millionen Euro) versteigert. „White Center“ (1950) des abstrakten Expressionisten Mark Rothko hatte am späten Dienstagabend bei Sotheby’s die Rekordsumme von 72,8 Millionen Dollar erzielt. Beide Werke rückten damit in die Liste der zehn teuersten Gemälde der Welt auf. Für die Auktionshäuser waren es nach eigenen Angaben die bisher lukrativsten Frühjahrsversteigerungen für zeitgenössische und Nachkriegskunst. „Die Verkaufszahlen werden in die Geschichtsbücher eingehen“, sagte Amy Cappellazzo von Christie’s. (dpa)

## David Daniels krank, Operngala wird verlegt

HAMBURG – Die Operngala der Hamburger Symphoniker wird nicht wie geplant am 24. Mai in der Laeiszhalle stattfinden. Der Countertenor David Daniels hat wegen Krankheit abgesagt. Ein neuer Termin wird rechtzeitig bekannt gegeben. Bereits gekaufte Karten behalten ihre Gültigkeit. (HA)

### ZITAT DES TAGES

„Man könnte auch einfach einen Stuhl mit einer Erdbeere auf die Bühne stellen, und Wagner wäre immer noch toll.“  
Der Songwriter und erklärte Opernfan Rufus Wainwright in der „Zeit“.

## Klagenfurter Theater-Intendant tot

KLAGENFURT – Der Regisseur und Theatermanager Dietmar Pfeleger, Intendant des Klagenfurter Stadttheaters, ist tot. Er starb am Donnerstag im Alter von 63 Jahren an einer Krebserkrankung, teilte sein Pressesprecher der österreichischen Nachrichtenagentur APA mit. Gegen anfängliche Proteste führte Pfeleger das Stadttheater der Kärntner Hauptstadt in 15-jähriger Amtszeit zu einem moderneren Stil und zu internationaler Anerkennung. Sein Haus galt auch als Talentschmiede für junge radikale Theatermacher wie Martin Kusej, der regelmäßig am Thalia-Theater inszeniert. (dpa)

## Neo-Rauch-Sonderschau in New York

NEW YORK – Der Leipziger Maler Neo Rauch wird vom 22. Mai bis 23. September im New Yorker Metropolitan Museum of Art mit einer Sonderschau präsent sein. Dabei wird er elf neue, eigens für die Ausstellung geschaffene Werke zeigen, teilte die Stadt Leipzig mit. Nur einmal pro Jahr ermöglichte das Metropolitan Museum einem Künstler, sich in diesem Rahmen der Öffentlichkeit vorzustellen. Rauch sei der erste Deutsche, dem diese Ehre zuteil werde. Der 46-Jährige gilt als bekanntester Vertreter der „Neuen Leipziger Schule“. (dpa)

## Hamburger Quartett bei „Jugend jazzt“

HALLE – In Halle wird seit Mittwoch Deutschlands beste Jazz-Nachwuchsband gesucht. An dem viertägigen Bundestreffen „Jugend jazzt“ nehmen 15 Gruppen teil, aus Hamburg ist das Heiko Fischer Quartett dabei. Insgesamt kommen 63 junge Musiker nach Sachsen-Anhalt. Die Bundesbegegnung „Jugend jazzt“ wird seit 1997 alle zwei Jahre in einer anderen Stadt ausgerollt und gilt als eine Mischung aus Festival, Künstler-, Medien- und Gesprächsforum. Die Bands und Solisten haben zuvor bei den Landeswettbewerben „Jugend jazzt“ Preise gewonnen. Den besten Musikern winken unter anderem Studioaufnahmen beim Hörfunk. (dpa)

Live täglich! Tipps und Termine auf S. 16

### BUCH DER WOCHE DAVID SAFIERS KOMISCHER ROMAN „MIESES KARMA“

## Eine Ochsentour auf der Reinkarnationsleiter

Elisabeth Werthern  
Reinbek

Vielleicht ist Wiedergeburt doch nicht so toll: Kim Lange jedenfalls, die Heldin in David Safiers heiterem Roman „Mieses Karma“, findet sich als Ameisen-Arbeiterin wieder, nachdem ihr das Waschbecken einer aus dem All herabsausenden russischen Raumstation auf das hübsche Köpfchen geplumpst ist. Und das ausgerechnet an dem Tag, an dem die knallharte Polit-Moderatorin den Deutschen Fernsehpreis in die manikürten Hände gedrückt bekommen hat.

Kim hat aber keine Lust, fortan als Arbeitstier Kuchenkrümel durch die Gegend zu schleppen. Deshalb setzt sie alles daran, gu-

tes Karma anzuhäufen, damit es wieder aufwärtsgeht auf der Reinkarnationsleiter. Bislang hat der Bremer Autor David Safier seinen Witz nur mit angezogener Bremse in Drehbüchern, etwa für „Berlin, Berlin“ oder „Nikola“, einfließen lassen. Jetzt, in seinem ersten Roman, schöpft er sein Humor-Repertoire bis zur Neige aus.

Mit scharfer Zunge und Bosheit kommentiert seine Kim, was ihr alles passiert. Das Beste ist die Begegnung mit dem wegen seines liederlichen Lasterlebens ebenfalls zur Ameise mutierten Casanova, der ihr immer wieder aus der Patsche hilft und sie darin unterstützt, ihrem Mann ein zweites Glück an der Seite ihrer Ex-Freundin zu vermiesen. Eine wahre Ochsentour – von

der Ameise zur Kuh, zum Regenwurm, Kartoffelkäfer und Eichhörnchen – durchläuft die zähe Kim, bis sie endlich als Mensch wiedergeboren wird. Schließlich hat sie einiges an Schuld abzurufen: Im Job war sie eine wahre Giftspritze und zu Hause kaum vorhanden. Kein Wunder also, dass sie sich schließlich nicht in einem wohlgeformten Körper wiederfindet, sondern in dem fetten Leib einer Frau, die sich mit dem Job in einer Imbissbude mehr schlecht als recht durchschlagen muss.

Leichte Unterhaltung locker zu schreiben gehört nicht gerade zu den Spezialitäten deutscher Autoren. Umso mehr überrascht Safier mit schrägem Witz, Tempo und einer wirklich originellen Geschichte, deren Charme ver-

mutlich auch jene erliegen werden, die Anspruchsvolleres zu lesen gewohnt sind. Mit seinem Roman, sagte Safier in einem Interview, habe er sich einmal richtig austoben können – ohne Rücksicht auf Einschaltquoten und Bildschirmtauglichkeit. (dpa)

● David Safier „Mieses Karma“, Kinder Verlag, 283 Seiten, 16,90 Euro



Für die Fernsehserien „Berlin, Berlin“ und „Nikola“ schrieb David Safier Drehbücher. Soeben erschien sein erster Roman im Kinder Verlag.