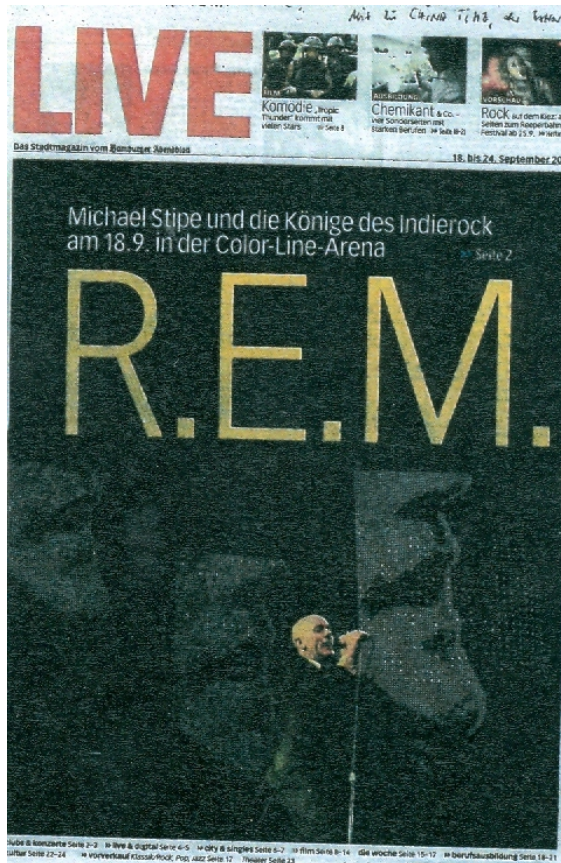


Hamburger

# China-Notizen

NF 326

1. Dezember 2008



## Letzter Blick auf CHINA TIME 2008

**D**as Hamburger Abendblatt hat diese CHINA TIME nach Lage der Dinge in ganz erfreulicher Weise begleitet. Das paßte zu seiner auch sonst umsichtigen Chinaberichterstattung, die nach Inhalt und Umfang über den Rahmen eines Lokalblattes weit hinausragt. Das hängt natürlich auch damit zusammen, daß die Freie und Hanse- und Hafenstadt sich gerne als "der" Standort für Chinakompetenzen in ganz Europa darstellt.

Ausgerechnet LIVE, "Das Stadtmagazin" des Abendblatts, brachte in seiner Ausgabe für den Zeitraum vom 18. bis 24. September kein einziges Wort über CHINA TIME und China. Das war aber beinahe kein Wunder, denn dieses LIVE ist eine Art Veranstaltungsführer für die Hanseaten. Stattdessen brachte das Abendblatt eine achtseitige Extrabeilage, das einem Ereignis ganz besonderer Art gewidmet war: "Reeperbahn-Festival", und die Hauptausgabe dieses

LIVE war auf der Titelseite einem gewissen Michael Stipe und den "Königen" des Indierock in der Color-Line-Arena gewidmet.

Solche Beilagen werden bekanntlich vor allem als Anzeigenträger und somit als Einnahmequelle für den jeweiligen Verlag geschätzt. Viele aufwendig gestaltete Beilagen solcher Art liegen den Hamburger Blättern beinahe wöchentlich bei – Golfbedarf, Luxusuhren, Schmuck und dergleichen anpreisend, auch "einmalige" Immobilien, an denen es in Hamburg nicht mangelt. Ein regelmäßig erscheinendes Blatt dieser Art heißt denn auch "Feine WELT. Hamburg – die schönsten Seiten". In dessen letzter Ausgabe taucht sogar Fernost auf: Ein HH-Drechsler fertigt Füllfederhalter aus Edelhölzern, 150 Unikate im Jahr, und ein Drittel davon verkauft er in Japan. Sechs Seiten sind ihm gewidmet, die knappe Hälfte davon Anzeigen.

Derlei mag gut und schön sein – und der Berichterstatter hat nichts gegen die Freunde solcher Veranstaltungen und Gegenstände einzuwenden, selbst wenn er sich wohl nie entschließen könnte, einige Euro-Zehner für einen Herrn Stipe oder einen anderen Besuch dieser Veranstaltungstätte namens Color Line Arena aufzuwenden.

Einige hundert Firmen aus China haben sich in Hamburg niedergelassen, noch mehr hundert Hamburger Firmen unterhalten Geschäftsbeziehungen nach China. Da müßte doch möglich sein, für eine nächste CHINA TIME eine Abendblatt-Beilage zu finanzieren, die das Programm dafür einer weiteren Öffentlichkeit vermittelt. Bisher erreichen die Programmhefte weitgehend nur solche Bürger, die ohnehin an China interessiert oder wenigstens für solche Interessen aufgeschlossen sind. Das ist wenig mehr als ein Promille der Bevölkerung von ungefähr 1,7 Millionen. Ein größerer Kreis von Chinainteressenten wäre im Hinblick auf asiatische Zukunftsorientierungen wohl wünschenswert. Dann aber müßten wenigstens einige herausragende Programmpunkte, nicht bloß der langweilige Chinamarkt mit seinen falschen China-"Botschaften", gezielt um neue China-Interessenten werben.

Bei so vielen China-Firmen in HH müßte sich solch eine Anzeigenbeilage leicht gestalten lassen. Die Anzeigen in ihr könnten zusätzlich darüber Eindrücke vermitteln, wie vielgestaltig das Hamburger Chinageschäft ist. Wahrnehmbar ist das für den Durchschnittsbürger nur durch die China-Container im Hafen und die China-Restaurants überall. Erweiterte Informationen hierzu würden wohl manchen jungen Hamburger bewegen, seine beruflichen Vorstellungen stärker nach China – oder Asien – auszurichten.