

Hamburger

China-Notizen

NF 528 Silvester 2010/ Neujahr 2011



CHINA TIME in Sicht

Um 11 Uhr morgens am 2. September 2010 saßen auf dem Podium im Chinesischen Teehaus neben der Senatssprecherin: Christoph Ahlhaus, neuer Erster Bürgermeister; Frank Horch, Präses der Handelskammer; Chen Hongmei, Generalkonsulin der VR China; Thorsten Kausch von Hamburg Marketing. Die Senatskanzlei hatte zu einer Pressekonferenz mit ihnen geladen, denn in einer Woche sollten vierzehn Tage CHINA TIME in der Freien und Hansestadt beginnen. Mehr als dreißig Medienvertreter waren erschienen.

Der Bürgermeister las sein Referentenmanuskript fehlerfrei ab, wahrscheinlich weiß er noch nicht so viel über China. Der Präses sprach über den Hamburg Summit seines Hauses, der allerdings erst im November erklommen werden soll. Die Generalkonsulin blickte auf das 25jährige Bestehen der Städtepartnerschaft Hamburg-Shanghai voraus, das allerdings erst im Jahre 2011 zelebriert werden kann. Alle ihre Worte waren gut und schön, doch wahrscheinlich hatte keiner von ihnen das jetzt vorliegende Programm für diese CHINA TIME gelesen. Immerhin trug der Bürgermeister vor, sie solle Hamburgs unbestreitbare Chinakompetenz dokumentieren.

Vorangegangen war dieser Pressekonferenz ein Fototermin vor dem Teehaus, in dem ein paar Akrobaten aus der Taiji-Szenen den allfälligen Löwentanz darboten. Die Fotografen waren jetzt eifrig, doch bei der Pressekonferenz hatte keiner der Medienvertreter eine Frage. – Leider ließ sich auch nicht sehen, ob sie eher von Blättern wie der Pinneberger Zeitung oder der FAZ stammten. Aber ein Auftrag, für letztere hierüber zu schreiben, ist überaus unwahrscheinlich.

200 Veranstaltungen umfasse CHINA TIME 2010, erwähnte der Bürgermeister immerhin zu deren Programm. Über solche Zahlen läßt sich trefflich streiten, denn der Berichterstatter zählte nur ungefähr 140. Wer aber Wiederholungen der gleichen Veranstaltung hinzuzählt, der mag auch die höhere Zahl erreichen. Aber was für Veranstaltungen sind das – und wie vertragen die sich mit dem Anspruch, Hamburger China-Kompetenzen dokumentieren zu wollen? Ein weiteres Ziel sollte, nebenbei bemerkt, auch sein, Chinainteressen und -kenntnisse weiteren Bevölkerungsgruppen zu vermitteln als denen, die bisher schon dafür aufgeschlossen sind.

Auf den ersten Blick macht das Programmheft deutlich, daß eine "große" Veranstaltung fehlt – eine, die über Hamburg hinaus Interesse wecken könnte. So wird vor allem Hamburg seine China-Kompetenzen wahrnehmen können. Bei einem zweiten Blick zeigt sich, daß in der ersten Hälfte von CHINA TIME 2010 an jedem Tag durchschnittlich neun Veranstaltungen vorgesehen sind, in der zweiten Hälfte täglich sieben, zahlreiche zur gleichen Stunde. Für jemanden, der HHs China-Kompetenzen umfassend in Augenschein nehmen möchte, führt das zu einigen Problemen. Die einzelnen Veranstalter werden vor allem die vertraute eigene Klientel als Besucher begrüßen können.

Wie oben gesagt, auf dem Podium bei der Pressekonferenz saß auch Thorsten Kausch von der Hamburg Marketing GmbH. Von ihm hätte der Berichterstatter einige Genauigkeiten erwartet, doch er erzählte nur, ein paar weiße CHINA-TIME-Banner würden in Rathausnähe flattern und der seit 2006 vertraute Kupferdrache würde nahebei ein schönes Fotomotiv für HH-Besucher abgeben. Außerdem werde zur Eröffnungsveranstaltung ein chinesischer Jazzler einfliegen und zusammen mit einem HH-Popmusiker etwas darbieten, was dann in umgekehrter Richtung im Oktober bei der Expo in Shanghai wiederholt werde.

Au weia, wenn schon das Marketing-Ideen sind! Richtig Stimmung kam bei dieser Pressekonferenz nicht auf, nicht auf dem Podium und nicht bei den Medienleuten. Kein gutes Zeichen für CHINA TIME 2010.