

Hamburger

China-Notizen

- Von einem nächtlichen Schreibtisch -

NF 814

10. August 2013



Gartenlust in Wilhelmsburg

Nicht jeder wird den Besuch einer Gartenausstellung wie derjenigen, die gegenwärtig und bis Oktober in Hamburg-Wilhelmsburg zu betrachten ist, als cool“ empfinden. Sie steht unter dem Motto „In 80 Gärten um die Welt“ und genügt diesem Motto, das Abwechslungsreichtum und Vielfalt verheißt, durchaus. Natürlich sind das immer nur Gartenecken, aber sie reichen von Willhelmsburger Schrebergärten bis in alle Kontinente, weshalb der Müßiggänger, der sich ein wenig in der Welt umgesehen hat, immer wieder Anklänge an fremde Naturen und Kulturen entdeckt, nicht wenige erinnern auch an China und das übrige Ostasien. Aber sogar einige Biotope von der alten Elbinsel Wilhelmsburg blieben bewahrt: kleine Tümpel, zugewachsene Entwässerungsgräben, auch Feldraine und Wiesenecken mit altvertrauten Gräsern und Kräutern, die heute in freier Natur nur noch selten vorkommen.

Gegenwärtig prangt die Gartenschau in der Blütenpracht der Sommerbepflanzung: einfach herrlich die kleine Rosenallee mit einer Fülle nie gesehener Rosen, aber herrliche andere Zusammenstellungen von Sommerblüten liegen nicht fern. Erstaunlich bei einem solchen Unternehmen ist, daß Teile nicht nur mit Spaß, sondern sogar mit Witz gestaltet wurden, auch mit wit,

wie die Briten sagen, also mit Geist, während wieder andere „Ecken“ zu Besinnlichkeit einladen – die Kinderzeichnungen beispielsweise oder die Bäuerinnenstühle, die anscheinend Altländer handwerklichem Brauchtum nachempfunden sind.

Natürlich lassen sich zu Konzept und Ausführung dieser Gartenschau in Wilhelmsburg auch kritische Bemerkungen finden, doch insgesamt dürften sich mehrere Besuche dort lohnen – so prachtvoll und lehrreich ist alles, wobei das belehrende Element sich erfreulich zurückhaltend gibt, sich jedenfalls nicht aufdrängt. Erfreulicherweise gilt das auch für das kommerzielle Element, ohne das eine solche Blütenschau nicht zustande kommen könnte.



Ärgerlich ist allerdings wieder einmal, daß Hamburg Marketing keine Idee hatte, wie sich diese prachtvolle Gartenschau für die Hamburgwerbung hätte nutzen lassen oder wie man für ihren Besuch hätte werben sollen. Ein Hamburggast, der beispielsweise am Hauptbahnhof eintrifft, muß schon sehr nach einem Hinweis auf die Gartenschau suchen, bevor er einen solchen entdeckt, dem dann auch noch wichtige Angaben nicht zu entnehmen sind. An jedem Bahnsteig hätten solche Hinweise ausgehängt oder aufgestellt werden und vor allem den Hinweis groß und deutlich tragen sollen, mit welcher S-Bahn der Gast sich dorthin begeben könne. Für Hamburg Marketing schließt Kultur anscheinend vor allem Langstreckenlauf und Musicals und ähnliche Lustbarkeiten ein.

