

Hamburger

# China-Notizen

— Von einem nächtlichen Schreibtisch —

NF 946

20. November 2014



## Herrliche Chinazeiten in HH

**A**m 9. Oktober 2014 barg der Hamburg-Teil der ZEIT eine Überraschung: eine vierseitige Beilage, hübsch anzusehen (siehe die Abb.). Sie wies darauf hin, daß in Hamburg vom 4. bis 23. November eine CHINA TIME walten solle. Seit dem Jahre 2006 wird alle zwei Jahre eine Veranstaltungsfolge mit dieser Bezeichnung vorbereitet, unter Federführung der Senatskanzlei. Weil die bekanntlich kein Quell von Ideen ist, zeigten sich diese Veranstaltungen in den vergangenen Jahren nicht gerade als Großereignisse, die weiter als bis Pinneberg ausstrahlten.

Diese Anzeigenbeilage, die auch als „Spezial (!) des Zeitverlags“ ausgewiesen ist, soll anscheinend weiter wirken. Eine ganzseitige Anzeige der Bank of China hat möglicherweise dieses „Spezial“ finanziert, doch wer hat sonst noch daran mitgewirkt? Ein Impressum sagt, verantwortlich für den Inhalt sei der ZEIT-Verlag; ein weiteres Impressum nennt Hamburg Marketing als Herausgeber und eine ganze Reihe Projektbeteiligte. Nun, wenn mehrere Köche in einem Topf rühren, kommt selten Gutes dabei heraus. So ist das auch bei diesen vier Seiten.

Der Aufmacher beginnt mit den markigen Worten: „Es ist Zeit für China!“ Wahrscheinlich soll das ausdrücken, daß die Hamburger oder sonst welche Menschen sich Zeit für China nehmen sollen – um dorthin zu fahren oder etwas anderes im Hinblick auf China zu unternehmen, jedoch nicht so ganz China, sondern „die Volksrepublik“ wie das so gleich heißt. Vielleicht meinte hier ein Formulierungskünstler aber auch, daß jetzt Zeit für die Volksrepublik sei, sich für Menschenrechte, Rechtssicherheit und mehr zu begeistern.

Dann ist die Seite 1 dieser Beilage einer Ausstellung gewidmet, die Anfang November eröffnet wird, die den Titel „Secret Signs“ tragen soll, ebenfalls mehrdeutig. Jedenfalls soll die Ausstellung vor allem Kalligraphisches in der chinesischen Gegenwartskunst zeigen. Sie könnte interessant werden! Naheliegender ist, daß ein langer Artikel in dieser Beilage sich mit der Rolle der Kalligraphie in der kulturellen Tradition Chinas befasst. Leider wimmeln in diesem fehlerhafte und bedenkliche Formulierungen wie Kaulquappen in einem Dorftümpel.

Der größte Artikel auf Seite 2 ist „Tor zur Welt: China trifft in Hamburg auf Europa“. Abgesehen davon, daß das arg großmäulig klingt, der Artikel ist vor allem dem CHINA Summit gewidmet. Das jedoch ist eine Veranstaltung der Handelskammer Hamburg und die legt vermutlich wenig Wert darauf, mit der CHINA TIME der Senatskanzlei in Zusammenhang gebracht zu werden.

Diese Werbung in der ZEIT für CHINA TIME weist nicht nur einige Schwächen auf, doch erst einmal will sich der Berichterstatter auf das ganze Programm freuen und später darüber berichten. Diese Anzeigenbeilage der ZEIT verheißt zwar nichts Gutes, doch einige der auf Seite 3 angekündigten Veranstaltungen könnten interessant werden, was ja immer auch von den beteiligten Personen abhängt.

Indes, viel Außenwirkung scheint Hamburg Marketing dem Programm nicht zuzutrauen. Sonst hätte es wohl diese Anzeige im Hauptteil der ZEIT, nicht in deren Hamburg-Buch, untergebracht. Vielleicht ist schon vergessen, daß CHINA TIME einmal auch das Ziel hatte, Hamburgs Chinakompetenzen herauszustellen. Wenn von vorne herein vor allem Hamburg als Bezugsrahmen ins Auge gefasst wird, dann wird aus CHINA TIME ein bloß selbstreferentielles Programm.