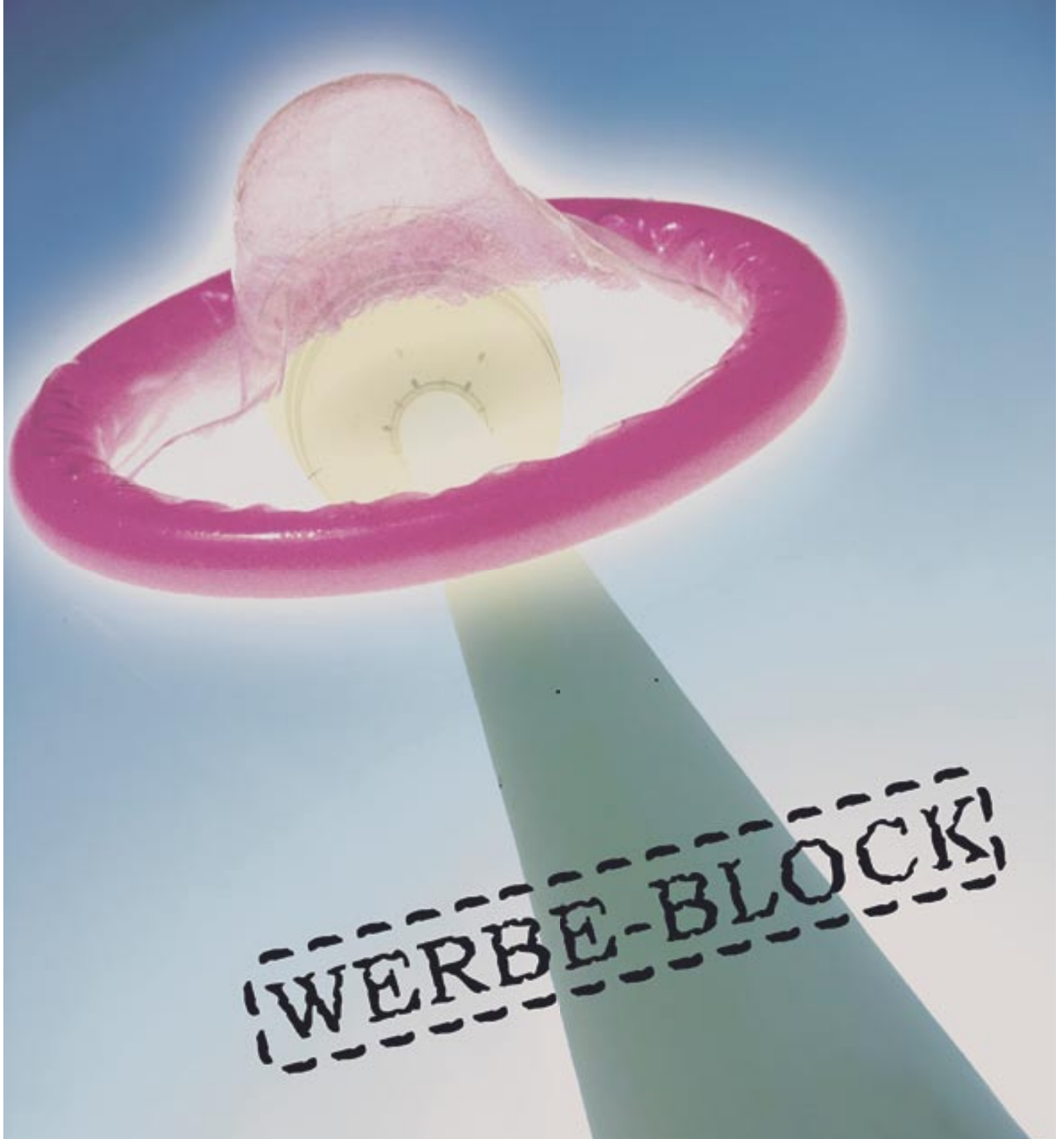


# FREIHAFEN

WIR. HIER. JETZT.



## IMPRESSUM

### **FREIHAFEN**

Jugendmagazin für Hamburg  
Alfred-Wegener-Weg 3  
20459 Hamburg  
Fon: 040-60084679  
Fax: 040-60084681  
Mail: mail@freihafen.org  
Web: <http://www.freihafen.org>

### **Herausgeber**

Junge Presse Hamburg e.V.  
Alfred-Wegener-Weg 3  
20459 Hamburg  
Fon: 040-60084680  
Fax: 040-60084681  
Mail: mail@jphh.de  
Web: <http://www.jphh.de>

### **Chefredaktion**

Christoph Hanssen  
Maurice Renck (V.i.S.d.P.)  
chefredaktion@freihafen.org

### **Textchefin**

Jannifer Nausch  
j.nausch@freihafen.org

### **Layout**

Oliver Krumm  
Gerrit Bastian Mathiesen

Felix Pensky  
grafik@freihafen.org

### **Titelseite**

Sebastian Olényi  
Fotos: photocase.com

### **Fotoredaktion**

Jonas Fischer  
Jennifer Mira Ackermann  
Lina Brion  
Tilman Höffken  
Liv Pedersen  
fotoredaktion@freihafen.org

### **Öffentlichkeitsarbeit**

Oskar Piegsa  
presse@freihafen.org

### **Internetauftritt**

Tung Nguyen  
Maurice Renck  
webmaster@freihafen.org

### **Finanzen**

Jenny Wolf  
finanzen@freihafen.org

### **Anzeigenbetreuung**

Sebastian Olényi

Tilman Höffken  
Annina Loets  
Liv Pedersen  
Katharina Rettke  
Nina Wienkoop  
anzeigen@freihafen.org

### **Mitarbeiter (Text/Foto)**

Sarah Benecke (T), Lina Brion (T),  
Lara Dietrich (T), Jonas Fischer (T/  
F), Christoph Hanssen (F), Annina  
Loets (T), Jennifer Nausch (T),  
Tung Nguyen (T), Liv Pedersen (F)  
Oskar Piegsa (T), Sebastian Olényi  
(T), Maurice Renck (T), Katharina  
Rettke (T), Jenny Wolf (T)

Hinweise auf externe Bildrechte  
sind bei den jeweiligen Fotos  
angegeben.

### **Erscheinung**

10x jährlich

### **Vertrieb**

Behörde für Bildung und Sport der  
Freien und Hansestadt Hamburg

### **Eigenvertrieb**

Katharina Rettke

Christoph Hanssen  
Svetlana Kanevski  
vertrieb@freihafen.org

### **Druck**

v. Stern'sche Druckerei GmbH  
Zeppelinstraße 24  
21337 Lüneburg

### **Auflage**

20.000 Exemplare

### **Auslageplätze**

An den weiterführenden Schulen  
Hamburgs, den Universitäten  
Hamburgs und Lüneburgs,  
Jugendbildungsstätten und  
ausgewählten Cafés. Wir danken  
allen Redakteuren, die sich an  
FREIHAFEN beteiligen und allen  
Außenstehenden, die Verständnis  
für den enormen Zeitaufwand des  
Projektes gezeigt haben.  
Außerdem danken wir der  
Behörde für Bildung und Sport,  
der SchülerInnenkammer, der  
Jungen Presse Hamburg e.V. und  
der Arbeitsgemeinschaft freier  
Jugendverbände in Hamburg e.V.  
(AGfJ) für die gute Zusammenar-  
beit.



**~jph** | junge  
presse  
hamburg

**LECKER UND GESUND**  
[das vielfältige Angebot der jph]

Das Halbjahresprogramm findest  
du unter [www.jphh.de](http://www.jphh.de)

Halbjahresprogramm 1/2006 der Jungen Presse Hamburg

# 2006 schon was vor?

## Wir brauchen dich!

[mitmachen@freihafen.org](mailto:mitmachen@freihafen.org)

# HUMMEL HUMMEL

**B**linkende Herzchen, tanzende Nilpferde. Man ist schon genervt, wenn man sie nur sieht. Plärrt dann noch eine schrille Stimme, man solle sich den neusten Shakira-Klingelton runterladen, ist es endgültig vorbei mit der guten Laune. Aber offensichtlich gibt es mehr als genug junge Menschen, die tatsächlich zum Handy greifen – wie sonst käme die Klingeltonbranche zu ihren Milliardengewinnen?

Konsum ist ein fester Bestandteil unseres Lebens, manchmal gar ein Zeitvertreib geworden. Wer kann schon behaupten, er hätte noch nie etwas Nutzloses gekauft, aus Frust, aus Lust, aus Langeweile. Um sich abzulenken und in eine Welt einzutauchen, in der alles freundlich und bunt ist, alle Menschen nett und alle Handlungen einfach.

Doch wie wirkt sich Konsum auf unsere Gesellschaft aus – auf die Menschen, mit denen wir zusammenleben? Wirkt sich unser „kaufen, konsumieren, ab-in-die-Tonne“ auch auf unsere Mentalität aus? Werden wir gleichgültiger? Die wenigsten Elemente der Werbeflut, die Tag für Tag über uns hereinbricht, beachten wir noch. Das ist nur logisch. Also beschäftigen die meisten Unternehmen, so bald sie es sich leisten können, ganze Heerscharen von Marketingexperten, die genau wissen, was die Menschheit zu brauchen hat. Und warum gerade ihr Produkt das einzig Wahre ist, das Beste, das Schönste. Nur leider kommunizieren das alle. Was können wir tun, um uns vor dem Ertrinken zu retten? Oder sollen wir einfach kapitulieren und selbst Werbetexter werden? Die Heerscharen der FREIHAFEN-Redaktion rückten ihrerseits aus, um sich ein Bild zu machen.

Viel Spaß beim Konsumieren unserer neuen Ausgabe!

**Sarah Benecke**



## Fischmarkt

Titel

Flirt vom Fließband - 4

„Ganz klar eine Manipulation“ - 6

Überkommunikation - 8

Zielgruppe Jugend - 10

## Hamburg City

Innerhamburgisches

Serviceseite - 12

Die Werbeapokalypse - 13

Seemannsmission „Duckdalben“ - 16

## Elbbrücken

Außerhamburgisches

Malende Elefanten in Thailand - 18

30 Tage Kulturschock? - 20

## Speicherstadt

Wissen

Die Raumsonde Stardust - 22

Gehupft wie gesprungen - 23

## Millerntor

Sport

Gehupft wie gesprungen - 23

## Große Freiheit

Kultur

Horror, Biernot, CinemaxX - 24

„Wir sind nicht porno!“ - 26

# Flirt vom Fließband

## Verbraucherschützer schlagen Alarm: SMS-Chats erfreuen sich einer immer größer werdenden Beliebtheit. Was steckt hinter den, in TV-Werbepausen angepriesenen, Flirtlines? FREIHAFEN wagte einen Blick hinter die Kulissen.

Es ist 18.30 Uhr. Ein Kästchen blinkt auf dem PC-Bildschirm. Nils\*, 23, aus Meiningen sendet eine Nachricht. Er fragt: „Hey Maus, was machst du gerade?“ und muss nicht lange auf eine Antwort warten. „Ich liege gerade im Bett und träume von dir. Küsschen Nina“, schreibt „Nina“. Dieselbe Nina, die für Michael\*, 17, aus Frankfurt, „Connie“ und für Steffen\*, 28, aus Esslingen „Nicole“ ist. Maria\* ist 20 Jahre alt und arbeitet für eine SMS-Chatagentur. Ihre „Karriere“ begann vor einem Jahr, als sie sich auf eine Anzeige „SMS-Moderatoren gesucht“ im Wochenblatt meldete. 18:35 Uhr: „Zehn weitere Sessions warten“ steht in der Kopfzeile auf der Online-Plattform und Maria haut fleißig in die Tasten. Zu Hause. Auf ihrem Schreibtisch dampft eine Tasse Tee. Es sieht fast so aus, als würde sie an einem Aufsatz für die Schule arbeiten. Doch der Schein trügt. Die junge Frau surft weder im Internet noch bereitet sie ein Referat vor – sie verdient Geld. Knallhart. Ihr Job: Immer fleißig Fragen stellen und auch mal schmutzige Texte schreiben. Von Flirtstimmung gibt es bei ihr keine Spur. „Es geht darum, die Kerle bei der Stange zu halten.“

Die wollen neue Leute kennen lernen oder einfach etwas Spaß haben. Sie sind jung, sie wohnen von Puttgarden bis Freiburg über ganz Deutschland zerstreut. Sie sind neugierig, vergnügungswütig oder einfach nur einsam. Vor allem sind die Meisten aber eines: unwissend. Es zieht immer mehr Jugendliche in den Bann von Handychatagenturen. Wenn es in Viva- oder MTV-Werbepausen heißt: „Alleine vorm Fernseher? Hier wartet dein Flirt auf dich. Schicke eine SMS mit Flirt 1 an...“, greifen viele ahnungslos zum Handy in der Hoffnung, den „Traumboy“ oder das „Traumgirl“ kennen zu lernen. Finanzielle Schmerzen verursacht in den meisten Fällen die Handyrechnung am Ende des Monats. Zu einem Date mit Mr. X oder Mrs. Y kommt es bis dato nicht. Verdächtigweise sind diese plötzlich wie vom Erdboden verschluckt; die Nummer bei weiteren Kontaktversuchen scheinbar ungültig. Was ist, wenn sich ein Verliebter mit seinem Flirt

treffen möchte? – „Vereinbarte Dates werden grundsätzlich einen Tag vorher abgesagt“, gesteht Pseudoflirterin Maria. Das ist eine der vielen Strategien und Mittel im Flirt-Chat. Kühle Berechnung ist außerdem die Tatsache, dass die Flirtpartnerinnen stets zu derselben Altersgruppe des Kunden zählen und scheinbar niemals mehr als 40 Kilometer entfernt vom Wohnort desselben leben. „Das ist wie Leckerlis hinhalten“, schildert Maria. Hilfreich ist dabei die Online-Landkarte mit Suchmaschine, die jedem Mitarbeiter zur schnellen Ortsuche zur Verfügung steht. Zudem existieren ganze Onlineordner gefüllt mit verschiedenen Fotos quer durch alle Kategorien von harmlosen Porträts (für z.B. Jugendliche), über sexy Bilder in Dessous bis zu Bildern, auf denen die Kunden auf Wunsch per MMS mit den letzten Obszönitäten und Schweinereien beliefert werden. Es gibt fast keine Tabus. Da grenzt es schon an Wunder, wenn überhaupt die Bemühung angestellt wird, das Jugendschutzgesetz einzuhalten. Einzig und allein Mails, die Sex mit Tieren und rassistische Äußerungen enthalten, sind verboten.

Mit jeder von Marias verschickten SMS fallen 17 Cent in ihren Geldbeutel und für jede vom Kunden Versandte, verschwinden 1,99 Euro auf das Konto der Chatagentur, bzw. 50 Prozent davon fallen für den Netzanbieter ab. „Jede SMS zählt“. Der Tatsache, dass statt normaler SMS-Kosten von 19 Cent pro Stück, der Preis bei einer SMS an die vermeintliche Bekanntschaft auf das 10- bis zwanzigfache hochklettert, ist sich kaum einer bewusst. Wie kann es überhaupt so weit kommen? Trotz des 2004 verabschiedeten Preistransparenzgebots, welches im Telekommunikationsgesetz verankert ist, fehlen häufig Angaben über die zu erwartenden Kosten. Als „technisches Problem“ wurde dieses z.B. in einem PlusMinus-Interview von der Chefin einer solchen Agentur abgetan. Die Zielgruppe der Flirtlines ist groß und häufig noch ziemlich jung und die Kurzmitteilung die beliebteste Kommunikationsform unter Jugendlichen. Laut Branchenverband VATM wurden 2004 insgesamt fast 36 Milliarden SMS in Deutschland versandt. Auf diesem Gebiet lohnt es sich anscheinend, Geschäfte zu machen. Die Folgen? Bei den 13- bis 17-Jährigen waren 2004 sechs Prozent verschuldet, bei den 18- bis 20-Jährigen bereits 13

### Ihr Job: Immer fleißig Fragen stellen und auch mal schmutzige Texte schreiben

Prozent. Dabei stieg vor allem der Anteil der Jugendlichen, die für die Telefonrechnung Schulden machen. Es stellt sich nun die Frage, warum die Politik bisweilen nichts machen kann, wenn es darum geht, den Agenturen die Hände zu binden. Im März 2004 sprach sich Ex-Bundesverbraucherministerin Renate Künast (Grüne) bei einer Rede im Bundestag deutlich gegen die Abzocke mit teuren SMS-Nummern und für noch mehr Preistransparenz aus. Sie wolle prüfen, wo Regeln nötig seien.

Bislang kann nicht einmal die Regulierungsbehörde für Post und Telekommunikation bei Missbrauch einschreiten, weil die betroffenen fünfstelligen Kurzwahlen der Flirtlines nicht Teil des Mehrwertdienstgesetzes sind.

18:45 Uhr: Ungefähr 50 Angestellte, die bundesweit zerstreut arbeiten, sind für die Agentur online.

Damit keiner der parallel tippenden Mitarbeiter den Überblick über ihre Kerle und die dazu gedichteten Identitäten etwaiger „Flirtpartnerinnen“ verliert, öffnen sich bei jedem

Kunden zwei Masken. Hier finden sich alle bereits gesendeten Informationen sortiert wieder. Auch ein Fenster mit dem bisherigen Gesprächsverlauf erscheint. So bekommt der unwissende

Kunde nichts davon mit, dass ein Flirtagent Feierabend macht und durch einen anderen ersetzt wird.

„Top! Heute ist ein guter Tag“, lobt Maria sich selbst, als sie ihre Stundenstatistik aufruft. „Heute habe ich im Schnitt 80 SMS pro Stunde verschickt“. Dabei hat sie durch-

schnittlich 45 Antworten erhalten. Ihr Rekord liegt bei 113 SMS in der Stunde. „Nina“ gibt Nils übers Handy noch ein „Gutenachtküsschen“, „Connie“ sendet Michael einen letzten barbusigen MMS-Gruß aus dem Fotoordner und „Nicole“ gesteht Steffen noch ein vorerst letztes Mal, wie sehr sie ihn vermisst. Computer runterfahren. Feierabend für Maria.

**Jennifer Nausch**

j.nausch@freihafen.org

*\*Namen von der Redaktion geändert*

Foto: Jonas Fischer



# „Ganz klar eine Manipulation“

„Ich bin drin“ im Werbesmog der Großstadt, denken heutzutage viele Hamburger. Niemand weiß „wo er geholfen wird“, um dem Werbeteror zu entfliehen. Doch „nichts ist unmöglich“. Daniel McKenzie, 34, Werbetexter bei „Interone Worldwide“, sprach mit FREIHAFEN über Werbung, und wie man ihr aus dem Weg gehen kann (oder auch nicht).

**F**REIHAFEN: Du arbeitest für eine Agentur, die überwiegend Werbung für das Internet produziert. Das Werbegeschäft an sich ist schon viel älter als das World Wide Web. Noch vor dem Mittelalter kündigten Ausrufer die Ankunft von Händlern auf Marktplätzen an und Kritzeleien an Hauswänden verwiesen auf Bordelle. Inwiefern ist Werbung ein Spiegel der Zeit?

Daniel: Ich glaube, Werbung ist teilweise bereits etwas von der Natur Gegebenes. Auch Tiere, die sich vermehren wollen, betreiben dafür eine gewisse Art von Werbung.

**Passt sich Werbung an Zeit und Gesellschaft an?**

Ja, Werbung passt sich einer Gesellschaft an. Eine gute Werbung greift Trends auf. Eine noch bessere Werbung schafft es, Trends voranzueilen...

**...indem sie einen Stil und eine Kultur der Konsumgesellschaft kreiert, bevor diese überhaupt in der Gesellschaft existieren?**

Genau.

**Ist das nicht Manipulation?**

Auf jeden Fall. Werbung ist ganz klar eine Manipulation.

**Die Philosophen Adorno und Horkheimer kritisierten Werbung als „Passivität und Entmündigung“ des Adressaten.**

Das entspricht einem Menschenbild, das dem Menschen einen freien Willen abspricht. Ich kann als Mensch selber entscheiden, welcher Werbung ich mich aussetzen möchte und welcher nicht. Das ist dann eine bewusste Entscheidung.

**Heutzutage wird man fast überall mit Werbung konfrontiert. Im TV, Internet, auf der Straße. Ist es überhaupt noch möglich, sich der Werbung zu entziehen?**

Für mich ist es kein Problem, mich der Werbung zu entziehen. Ich wohne draußen auf dem Land, gucke kein TV, sondern nur ausgewählte DVDs, und auch im Internet Sorge ich dafür, möglichst auf werbefreien Seiten zu surfen. Werbung schaue ich mir nur ganz bewusst im Rahmen meines Berufes an und setze mich gezielt damit auseinander.

**Werbung besteht häufig aus Übertreibungen, enthält grammatikalische Fehler und macht auch nicht selten bewusste Falsch-aussagen. Sind der Kreativität eines Werbetexters überhaupt Grenzen gesetzt?**

Doch und zwar durch den Kunden der Werbeagentur. Bevor ich als Werbetexter tätig werde,

haben sich Marketingleute schon einen Kopf darüber gemacht, wie die Marke vertreten werden soll. Da gibt es eindeutige Bindungen an das Produkt. Ein Automobilhersteller für den ich beispielsweise Texte hat eine ganz klare Vorstellung von Sprache und Tonalität: Der bevorzugt eine klare, verständliche Sprache, beispielsweise ohne Anglizismen. Es gibt natürlich auch Marken, die ganz bewusst mit falscher Sprache spielen.

**Wann ist Werbung erfolgreich?**

Werbung ist immer dann erfolgreich, wenn sie ein positives Gefühl vermittelt. Sprich, wenn man Spaß daran hat oder sie den Spieltrieb anregt. Gute Werbung regt immer etwas Kindliches in den Menschen an. Es müssen Urinstinkte geweckt werden.

**Geweckte Urinstinkte, die durch die Werbung mit dem Produkt in Verbindung stehen?**

Genau. Ich kann ein und dasselbe Auto beispielsweise in einer urbanen Umgebung darstellen oder durch eine Landschaft irgendwo in der Natur fahren lassen. Das schafft jeweils eine ganz andere Aura und spricht auf diese Weise verschiedene Leute ganz anders an. Wenn er durch die Landschaft fährt, dann verbinde ich damit Fernweh oder meine Liebe zur Natur. Wenn er durch die Stadt fährt, dann regt er vielleicht mei-



Foto: Liv Pedersen

nen Trieb an, mich selbst darzustellen.

**Die Gefahr bei Werbung ist, dass negative Assoziationen hervorgerufen und Produkte boykottiert werden.**

Eigentlich sind Werber und Marketingleute immer bemüht, genau das zu verhindern. Dazu gibt es genaue Zielgruppenanalysen, es wird vorweg viel Marktforschung betrieben und eine Kampagne auch mal getestet, um sicherzustellen, dass sie passt.

**Unsere Supermärkte sind gefüllt mit lauter Produkten in auffälligen Verpackungen, die für sich sprechen. Ist Werbung nicht inzwischen überflüssig?**

Dieses so genannte Branding, wozu Verpackungsdesign gehört, fällt zum einen ja schon unter die Sparte Werbung, zum anderen ist Wer-

bung gar nicht überflüssig. Wie soll ich erfahren, dass es ein bestimmtes Produkt im Supermarkt gibt, wenn es dort nicht auf eine bestimmte Weise herausgestellt wird oder wenn es beispielsweise keine Anzeigen in der Zeitung gibt, die zeigen, dass es überhaupt ein neues Produkt auf dem Markt gibt? Ich persönlich meide Orte mit übermäßiger Werbung und gehe beim kleinen Biohändler einkaufen. Aber manchmal muss ich auch ein Produkt haben, von dem ich mal in der Werbung gehört habe.

**Von A wie Anzeige bis Z wie Zeppelin findet Werbung überall seinen Auftritt. Welches Medium wird sich in der Zukunft durchsetzen und welches von der Bildfläche verschwinden?**

Das Medium Internet wird sich noch ausweiten. Da haben wir werbetechnisch bei weitem noch nicht alle Möglichkeiten ausgeschöpft. Eine gro-

ße Zukunft sehe ich für „virale“ Werbung, die du als überzeugter Kunde selber weiter verbreitest. Das sind beispielsweise kurze, meist unterhaltensame Filmchen oder Spiele, die per E-Mail verschickt werden können. Noch ganz am Anfang steht die Werbung über das Mobiltelefon.

**Wie siehst du Werbung in 50 Jahren?**

Ich hoffe, dass Werbung intelligenter wird. Werbetexter sind auch nur Menschen, die ein Dach über dem Kopf und etwas zu Essen brauchen. Es gibt Kampagnen, beispielsweise von gewissen Elektronikmärkten, damit lässt sich die Miete zahlen, aber keiner macht sie wirklich gerne. Ich bin froh, dass ich bisher nicht meine Seele verkaufen musste und keine Werbung gemacht habe, hinter der ich nicht selber stehe.

**Jennifer Nausch**  
j.nausch@freihafen.org

# Überkommunikation

## Erreichbarkeit 24 Stunden am Tag. Reizüberflutung. Informationsüberflutung. Geht es nur mir so, oder machen wir uns selber verrückt?

**E**s ist früh am Morgen, kurz nach fünf.  
Ein Piepen reißt mich aus meinem tiefen  
Schlaf.

Ich gebe meinem Wecker einen Klapps, er ver-  
stummt.

Piep! Piep! Piep!

Diesmal in kurzen Intervallen, immer kürzer, im-  
mer schneller, als würde mein Wecker panisch  
rufen „Wach auf, man! Wach endlich auf! Die  
Zeit, du hast doch keine Zeit!“.

Ich gebe mich geschlagen und stehe auf.

Ich schalte das Radio ein. Musik der 80er, 90er  
und das Beste von heute. Slogans, Jingles und  
Werbetexte durchdringen meinen noch benom-  
menen Kopf und bohren sich ins Gedächtnis ein.  
Moderatoren machen Witze, die nicht lustig  
sind. Musik – Megahit, derselbe wie gestern.

Sechs Uhr, Nachrichten. Informationen werden  
heruntergerattert, Fakten, Vermutungen, Studi-  
en, O-Töne.

Die Zeit - zu knapp.

Kein Frühstück, stattdessen schnell zum Bus.

An der Bushaltestelle 16 bis 18 Jährige. Sie hö-  
ren laut Musik. Aus ihren Kopfhörern schallen  
HipHop-Beats und Technogestampfe. Weghö-  
ren unmöglich. Zwei Meter weiter klingeln Han-  
dys; neue Melodien werden präsentiert. Unter-  
malt durch brüchiges Deutsch, durchsetzt von  
Worten wie: Krass, derbe und Digger.

Der Bus kommt an.

Hinsetzen.

„Nächste Haltestelle“

Anscheinend eine anregende Unterhaltung ne-  
benan. Hektisches Erzählen ohne Luft zu holen.

„Kathie hat aber mit...“

„Nächste Haltestelle“

„Ey, Digger hast du PS2?“

Untermalt vom monotonen Soundgewirr einiger  
MP3-Player.

„Entschuldigung, darf ich mal, ich muss hier  
raus.“

Die Tür schließt sich - Panik.

„HALT! ICH MUSS HIER RAUS!“

Die Tür geht auf. Schließt sich wieder.

Bahnhof.

Aussteigen.

Von allen Seiten halten Busse.

Von überall her kommen Menschen. Sie reden,  
telefonieren, hören Musik und gucken alle ziem-  
lich müde und genervt.

Schlangestehen vorm Kiosk.

Überfliegen der Zeitungstitelthemen.

„SKANDAL! YXZ nackt im Garten“ - „Terrora-  
larm in...“ - „Bombenexplosion bei...“ - „Bush“

„Terror“ - „Angst“ - „Krieg“

Bekannte begrüßen.

Runter zur S-Bahn. Warten am Bahnsteig. Drän-  
gelnde Leute sehen mich mit bösen Blicken an,  
weil ich da stehe, wo sie lang gehen wollen. Bli-  
cke auf die Uhr.

Die Bahn-Anzeige sagt: „2 Minuten“.

Die Bahn fährt ein. Türen öffnen sich. Reges Ver-  
lassen der Bahn, Hineinströmen in das schon  
volle Abteil.

„Bitte einsteigen“. - „Zuuuurück bleiben bitte“.

„VORSICHT DIE TÜREN SCHLIEßEN!“

PIEEEP PIEEP PIEEEP

Dicke Luft. - Gedrängel. - Schweiß. - Parfüm.

Musik aus Kopfhörern. Handyklingeln.

Von allen Seiten leises Gerede. Die Bahn hält.

Anstehen an der Treppe. Menschenmassen.

Ankunft in der Schule. Der Gong erschallt: „Noch  
fünf Minuten. Nur noch fünf Minuten“, sagt er.

„Hi Maurice“

Zum schwarzen Brett. Raumänderung. Vertre-  
tungsplan gucken. Klausurplan überprüfen.  
Raum suchen.

Ich betrete den Raum, einige Mitschüler sind  
schon da. Sie machen Hausaufgaben. Ver-  
dammt, vergessen.

Keine Zeit mehr zum nachholen.

Lehrer kommt herein.

Formeln und Theorien stämmen sich in meinen  
Schädel. Nach 50 Minuten kann ich mir nichts  
mehr merken. Mein Schädel ist dicht. Von Vorne  
weiterhin Ableitungen, von der Seite Planungen  
fürs Wochenende. Lösungsvorschläge für Com-  
puterprobleme.

Pause.

In welchem Raum als nächstes?

„Hallo Maurice, hast du dran gedacht“

„Hi, was hast du jetzt? Kannst du mir mal...“

Es ist jetzt 15:00 Uhr. Acht Stunden Schule sind  
um.

Fahrt nach Hause. S-Bahn, Bus.

Endlich bin ich angekommen. Erstmals ausspan-  
nen. Musik an. Das Telefon klingelt.

„Hast du schon gesehen? Geh mal auf die Sei-  
te...“

Ich fahre meinen PC hoch.

Piep! Daten rauschen an mir vorbei.

„Loading Linux...“ „Loading Kernel... done“

„Starting ... done“

Benutzername und Passwort eingeben.

Ein kurze Melodie empfängt mich.

„Geh mal in ICQ online, damit ich dir den Link  
schicken kann“, heißt es aus dem Telefon.

Ich bin online. Es beginnt zu blinken. Immer wie-  
der sprechen mich Leute an.

Jetzt nicht.

Ich kopiere den Link in meinen Browser.

Nachrichten. IT. Die Firma verklagt die andere  
Firma, wegen irgendwelcher Patente.

PLING!

Sie haben 104 neue Emails!

Mailclient aufrufen, nebenbei weiter telefonie-  
ren.

Piep-piep! Piep-piep! „1 neue SMS von... Jetzt  
lesen?“ Abrufen der Emails.

Viagra, viagra, Penisverlängerung.

Der Spamfilter ist hart am Arbeiten.

Hier ne Pressemitteilung, dort ein Newsletter;  
habe ich nicht bestellt, bekomme ich aber trotz-  
dem immer wieder.

Mail vom Bekannten: „Du wolltest noch, kannst  
du nicht noch mal?“

SMS beantworten. Telefonieren. Mail schreiben.  
Die Programmleiste blinkt. Neue Nachrichten in  
ICQ.

Wichtiges Systemupdate vorhanden, sofort in-  
stallieren!

Webseiten durchsurfen. - Nachrichten. - Infor-  
mationen. - Fakten. - Gerüchte.

Piep-piep! Piep-piep! - Das Handy.

Jetzt noch schnell hier gucken.

„DING-DONG“. Termin überfällig, heißt das. Ar-  
tikel muss noch fertig geschrieben werden, bis  
heute Abend muss er da sein.

Schnell was essen.

Jetzt aber los. Arbeiten. Schlagzeugunterricht  
geben. Hier Getrommel, da Getrommel.

Drei Stunden um.

Ab nach Hause.

Schule, ich muss unbedingt was für die Schule  
tun.

Formeln, Texte, bla bla bla.

20:00 Uhr. Nachrichten im TV einschalten.

Informationen.

Fakten. - Zahlen. - Namen.

Dann endlich Abendbrot essen.

Weiterarbeiten am Artikel, ich muss unbedingt  
noch den und den anrufen.

Gesagt, getan.

22:00 Uhr.

Ich bin müde. Rechner runterfahren. Kopf run-  
terfahren.

Geht nicht. Ich liege da und versuchen die Ge-  
dankenflüge zu unterdrücken.

Irgendwann schlafe ich ein.

Piep! Piep! Piep! Ein leichter Klapps auf meinen  
Wecker bringt ihn zum Schweigen...

**Maurice Renck**

m.renck@freihafen.org





Foto: Jonas Fischer



Foto: Jonas Fischer

# Zielgruppe Jugend

**Ob Chucks, Stiefelchen oder NewRock-Boots, kaum jemand stellt die Marktforschung vor so viele Herausforderungen, wie die „Zielgruppe Jugend“. Was aber steckt hinter unserem Konsumverhalten und in wie weit reduzieren wir uns freiwillig auf die Peer-Group X einer Werbeagentur? Ein Bericht an der grünen Grenze zwischen Individualität und Imageschublade.**

**D**ass der Rock zu kurz ist, hat sie selber bemerkt. „Und das Oberteil?“ Verwirrt versuche ich dem leuchtend blonden Schopf zu folgen, der wie eine Boje auf dem Fußboden eines Kleidermeeres tanzt. Der Blondschopf gehört meiner Freundin Eva und das Schwimmen im Kleiderozean zum wochenendlichen Ritual. „Glaubst du das kann ich tragen? Oder sieht das zu schlampig aus?“ Ich zucke mit den Schultern und finde „du siehst toll aus!“. Während der Versuch, enthusiastisch zu klingen, aus dem offenen Fenster weht, verschwindet Eva bis zum „viel zu kurzen“ Rock im Bodenfach ihrer Kommode. „Und wenn ich meine Chucks

dazu anziehe, meinst du das geht dann? Dann seh' ich vielleicht eher aus, wie die... individuelle Studentin?“

An solchen Kleiderschwimmtagen frage ich mich, was es mit dem Äußeren als Sprachrohr der eigenen Identität auf sich hat. Während wir meist davon ausgehen, dass wir mit unserer Kleidung unbewusst zeigen, wer wir sind, müsste man eigentlich überlegen, ob wir nicht vielmehr ausdrücken,

wer wir sein wollen und wie wir von anderen gesehen werden wollen. Die Frage ist: Trägt Eva wirklich nur Chuck Taylor Schuhe, weil die be-

quemen Latschen ihr Lebensgefühl treffen, oder macht sie in Wahrheit aus den geliebten Gefährten eine Art Leuchtreklame, die

sie als alternativ und interessant anzupreisen weiß?

Klaus Hurrelmann würde wohl der letzten These zustimmen. Der Bielefelder Soziologe erklärte

**Sind wir tatsächlich nur die eiskalten Manager unserer Ego-AG, die darauf drängen, sich geschickt zu vermarkten?**

im Rahmen der 14. Shell-Jugend-Studie, die Jugendlichen im Alter von 12 bis 25 Jahren seien allesamt „Ego-Taktiker“, die stets „pragmatisch“ überlegten, was ihnen ein bestimmtes Verhalten „bringe“ und sich dementsprechend verhielten. Hat die Shell-Studie Recht? Sind wir tatsächlich nur die eiskalten Manager unserer Ego-AG, die darauf dringen sich geschickt zu vermarkten? Wie aber kommt es dann, dass es so scheint, als würden Jugendliche der Individualität so begeistert den Rücken zukehren und sich rumpelnd in eine Image-Schublade verkriechen, die mit Etiketten wie „Studentin“, „Grufti“ oder „Blondchen“ beklebt ist?

Image-Schubladen sind eine Art Notwehr. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts verlieren Kategorien wie „gut“ und „böse“ zunehmend ihre Gültigkeit und weichen einer Toleranz, die verlangt, dass wir uns jeden Tag individuell gestalten. Plötzlich gibt es kein fremdbestimmtes Idealbild des Menschen mehr, weder keusch und unmündig, wie jahrhundertlang von der Kanzel heruntergeschrien, noch blond und blauäugig à la Adolf. Unsere Eltern haben sich davon freige macht und wir wachsen in einer wertheoffenen Gesellschaft auf, deren Weltbild sich nicht nur in der Fotografie von Schwarz-Weiß hin zum mehrfarbigen Standard entwickelt hat. Und obwohl wir diese Freiheit ehren, scheinen wir nicht recht mit ihr klarzukommen. Das meint auch Kulturwissenschaftlerin Kristina Reiss in ihrem Essay „Heute bin ich

**Unser Weltbild hat sich nicht nur in der Fotografie von Schwarz-Weiß hin zum mehrfarbigen Standard entwickelt**



Prof. Dr. Klaus Hurrelmann: „Jugendliche sind Ego-Taktiker“

Foto: Uni Bielefeld

so, morgen bin ich anders“ aus dem Buch „Jugend, Mode, Geschlecht“. Ihr zufolge werde der Verlust solcher Lebensmuster „als Bedrohung aufgefasst“. Um dem entgegenzuwirken, so Reiss, suchten Jugendliche „Gruppenzugehörigkeit“ in einer „Peer-Group“ – einer Gruppe Gleichaltriger, der wir uns durch „Mode, Sprache und Musik“ zugehörig zeigten. Ist die

Image-Schublade ein Zufluchtsort, an dem wir der überfordernden Sucht der Gesellschaft nach dem Individuellsein entgehen?

Von vielen Blickpunkten aus gesehen trifft dies zu. Denn wir können nicht nur an eindeutigen Gruppierungen die eigene Persönlichkeit besser abmessen, sondern auch die vielen Bekanntschaften, die wir täglich machen, schneller einordnen. Die Existenz von „Peer-Groups“ erlaubt uns nämlich, das komplizierte Portrait des Gegenübers, das aus mindestens sechs Millionen Pixeln zusammengesetzt zu sein scheint, in einfache Handybilder umzuwandeln. Während wir überfordert wären, jeden Menschen im ersten Moment mit jedem Detail und innerem Wert wahrzunehmen, vermag die Handykamera sehr unscharf zu skizzieren, mit wem wir es zu tun haben. Zweifelsohne müssen wir uns der mangelnden Qualität dieses Handyfotos ständig gegenwärtig sein. Wenn wir es aber nur als eine Art „Quick-Check“ gebrauchen, vermögen wir zu ertasten, ob wir mit einer Person „können“ oder „nicht können“.

Wie wir, „die Jugend von heute“, damit umgehen, das sei jedem selbst überlassen. Wir können weiterhin versuchen, durch Chucks die Platzierung in der „Tussi“-Schublade abzuwenden, wir könnten versuchen rebellisch zu sein und unser Format so zu konzipieren, dass wir für jede Schublade zu groß sind. Oder wir könnten einfach die Individualitätssucht in die Tonne treten, akzeptieren, dass wir nicht jeden Tag einzigartig (er-)scheinen müssen und ganz entspannt in die Zukunft blicken. Um das tun zu können, wofür wir den ganzen Rummel veranstalten – nämlich leben. Egal ob mit Chucks, Stiefelchen oder NewRock-Boots.



Foto: Jonas Fischer

**Annina Loets**

a.loets@freihafen.org

# Lauschen, hüpfen, wiegen

## Unsere Konzert-Auswahl für Februar und März

### 23.02. | Saian Supa Crew | Grünspan

Die Pariser HipHop-Crew kommt, um ihr neues Album vorzustellen: Progressiv, schräg, vielschichtig. Rasende Raps, wahnwitzige Beatbox-Styles, geschmeidige Raggae-Riddims. Wer da nicht tanzt, hat verloren.

### 01.03. | Arctic Monkeys | Grünspan

„Don't believe the hype!“ skandiert selbstironisch Monkeys-Sänger Alex Turner im Video zu ihrem rasanten Hit „I Bet You Look Good On The Dancefloor“. Das neue Phänomen von der Insel hat trotzdem das Potential „Die Band 2006“ zu werden.

### 01.03. | Saint Thomas | Nachtasy!

Schwelgerisch und tänzelnd verhilft Thomas Hansen aus Norwegen dazu, das Summen aus dem Kopf nicht mehr wegzubekommen.

### 09.03. | Liars | Übel & Gefährlich

Mit erbarmungslosen Klangattacken, metallischem Hall und schrägen Harmonien rauschen Liars an, brausen auf, um am Ende doch sanft zu entgleiten.

### 10.03. | Kaizers Orchestra | Grünspan

Das heißt: Tanzen, tanzen, tanzen, in glühender Hitze und unbändiger Freude, welche die Norweger mit Leichtigkeit, Ölfass und Kontrabass herzuzaubern wissen.

### 17.03. | Hidalgo | Astra-Stube

Von betörend süß bis manisch dramatisch weiß Betty Muggers Stimme einen einzufangen und zu umhüllen. Die Band vereint den Takt zum Tanzen mit dem Sturm zum Wüten und der zarten Zerbrechlichkeit zum Weinen.

# Wusstest du, dass...

...neun Millionen Schweden zusammen zehn Millionen Telefone haben?

...sich jährlich 700 Menschen in Deutschland vor Züge der Deutschen Bahn werfen?

...der elektrische Stuhl vom Erfinder der Glühbirne entwickelt wurde? - Nämlich von Thomas Alpha Edison im Jahr 1890!

...man beim Schreiben 57 Muskeln in Hand und Arm benutzt?



Foto: Jonas Fischer

# Junge Künstler mit Handicap gesucht

## Malen für die Kleine Galerie 2007

Zusammenstellung:

**Katharina Rettke**

k.rettke@freihafen.org

**Lina Brion**

l.brion@freihafen.org

Jungen körperlich behinderten Malerinnen und Malern im Alter von 4 bis 14 Jahren bietet der Bundesverband Selbsthilfe Körperbehinderter e.V. (BSK) jetzt die Möglichkeit, ihre Werke in einem bundesweit erscheinenden Kunstkalender vorzustellen. Dabei sind der Technik des Malens keine Grenzen gesetzt. Die Hauptsache ist, dass das Bild (Format DIN A4) eines der Themen „mein Lieblingstier“, „meine Lieblingsblume“ oder „mein Lieblingsbaum“ zeigt.

Unter allen Einsendungen verlost der BSK e.V.

drei wertvolle Sachpreise. Eine Jury wählt die zwölf Monatsbilder und das Titelbild aus.

Der Einsendung muss, neben dem Originalbild mit Titelangabe, auch eine Kurzbiografie und ein Foto des Künstlers / der Künstlerin beiliegen. Bei Rücksendewunsch des Bildes nach der Aktion muss ein frankierter und adressierter Rücksendeumschlag beigelegt werden.

Einsendeschluss ist der 26. April 2006. Weitere Informationen unter der Email-Adresse galerie@bsk-ev.org oder telefonisch unter (0 62 94) 42 81 12.

# Die Werbeapokalypse

Werbung wird mehr. Werbung wird nerviger. Ein Tagesbericht.



6 Uhr morgens. Mein Telefon klingelt. Dran ist eine leicht blechern klingende Frauenstimme. „Haben Sie gut geschlafen? Jetzt wach werden mit dem Café von...“ Entnervt lege ich auf. Jetzt schon wach kann ich auch aufstehen. Das Radio flötet mir den neuesten Kosmetiktest entgegen, unterstützt von Kosmetikfirma... Entnervt schalte ich ab. Auf der Milchpackung ist Werbung für den Caféhersteller. Ich drehe sie weg von mir. In den Cornflakes finde ich das Maskottchen eines Reifenherstellers, die Rückseite informiert mich über seine neuesten Produkte. Ich schmeiße Figur und Packung weg. Mein Handy piept. „Partnerbörse jetzt unter „www...“ Ich schalte es aus. Auf dem Weg zur Schule laufe ich an einem Getränkeautomaten vorbei. Ein eingebauter Richtlautsprecher strahlt ein „Kauf mich blubber blubber“ direkt in mein Ohr. Ich beschleunige meinen Schritt. In der Schule angekommen erwarten mich die gesponserten PCs, voll mit Werbebotschaften. Ich versuche, nicht hinzusehen. Später auf dem Pausenhof kommen mehrere wandelnde Litfasssäulen auf mich zu und wollen mir Werbegeschenke und Zeitungsabos andrehen. Ich flüchte ins Klassenzimmer.

Als ich meine Emails in Informatik checke, übersehe ich unter den ganzen Werbebotschaften meine privaten Mails. Ich schreibe keine Emails mehr. Als mir meine Freunde in T-Shirts mit großen Markenbezeichnungen entgegenkommen, habe ich keine Freunde mehr. Ganz leise fange ich an in mich hinein zu schreien. Zu Hause sitze ich mit ausgestöpseltem Telefon und Fernsehen, entsorgtem Handy und lese ein Buch. Als mich aus diesem eine Suppenanzeige anspringt und an der Haustür gleichzeitig jemand Pizza-Werbung durch den Briefschlitz wirft, beschließe ich, Werbetexter zu werden.

**Sebastian Olényi**

s.olenyi@freihafen.org

Geschätzte Schäden: 4,5 Milliarden Dollar in 2005 alleine in Deutschland | SPAM-Versender Nr. 1 sind die USA, gefolgt von Südkorea und China | Alle Gegenmaßnahmen bisher nicht effektiv | Das Wort Spam hat seinen Ursprung in einem Sketch von Monty Python | SPAM ist auch der Markenname zu „spiced ham“, einem erfolgreichen Dosenschinken-Produkt



Foto: Jonas Fischer

// 6 WORKSHOPS // 10 COACHES

E.ON HANSE TRAINING DAYS

# LERNEN VON DEN PROFIS



Rudolfo Esteban Cardoso

**V**on einer Spray-Session mit Graffiti-Legende Scotty bis zur Trainingseinheit mit HSV-Veteran Rudolf Esteban Cardoso – bei den E.ON Hanse Training Days könnt ihr am 24. und 25. Februar von den ganz Großen lernen. In der Hamburger MagnusHall helfen euch zehn Coaches mit ihren Breakdance-, Rap-, Graffiti-, Nu Style Dance-, Basketball- und Soccer-Workshops den nächsten Schritt zu gehen.

Das Besondere dabei: Ihr könnt euch damit für einen der begehrten Ausbildungsplätze bei E.ON Hanse empfehlen. Soft Skills wie Organisationstalent, Kreativität und Teamfähigkeit sind genauso wichtig wie gute Noten. Deshalb hat E.ON Hanse einige Ausbildungsplätze für Teilnehmer der Training Days reserviert. Wer positiv auffällt, wird zu einem Vorstellungsgespräch eingeladen.

Für hochkarätige Workshops stehen die exzellenten Coaches mit ihren Namen: Hamburgs Freestyle-König Samy Deluxe leitet den Rap-Workshop, unterstützt durch den Beatbox-Virtuosen Alberto Son. Scotty, der schon Graffitis für die weltweite Hip-hop-Elite gemacht hat, bringt euch alles bei, was ihr über Caps und Cans wissen müsst. Eine geballte Ladung Powermoves erwartet euch beim Breakdance: Metin und Delles von der Elbcoast Clique sowie Battle Squad-Gründer

Swift werden euch zeigen, was einen guten Breaker ausmacht. Für den Workshop im Nu Style Dance konnten die Choreographen Mucho Tokic und Dennis Somuah gewonnen werden, die schon bei Shows für Stars wie Whitney Houston und Kylie Minogue dabei waren. Als Spezialist für Dunks und Dribblings wird euch der mehrfache deutsche Basketball-Meister Wilbert Olinde die Bälle zuspielen. Im Soccer-Workshop habt ihr Gelegenheit, von HSV-Talent-Scout und Ex-Profi Rudolf Esteban Cardoso den Umgang mit dem Leder aus erster Hand zu lernen. Und damit zwischen den Workshops keine Langeweile aufkommt, erwarten euch zusätzlich DJ-Performances, BMX-Shows und eine Gaming-Lounge mit massig Spielkonsolen.

Teilnehmen kann an den Training Days jeder, besondere Vorkenntnisse sind nicht notwendig. Wichtig ist jedoch die Anmeldung: Auf [www.training-days.com](http://www.training-days.com) könnt ihr euch kostenlos registrieren.

Samy Deluxe / Alberto Son



/// Persönlichkeit, Engagement und Teamfähigkeit sind extrem wichtig – und trotzdem gibt es dafür in der Schule keine Noten. Bei den Training Days kannst du zeigen, welche Talente in dir stecken: Ganz egal, ob du dich schon auskennst oder noch blutiger Anfänger bist, bei den Workshops kannst du von echten Profis lernen – und dich ganz nebenbei für einen Ausbildungsplatz bei E.ON Hanse empfehlen. ///

**/// 6 WORKSHOPS**  
**/// 10 COACHES**

**e.on** | Hanse

# training days

**24 + 25 / 02 / 06**  
**MAGNUSHALL / HH**

**soccer / break-**  
**dance / graffiti**  
**basketball / rap**  
**nu style dance**

**RUDOLFO E. CARDOSO**

**SWIFT, METIN & DELLES**

**SCOTTY**

**WILBERT OLINDE**

**SAMY DELUXE**

**ALBERTO SON**

**WHO GOT SKILLZ**

**JETZT ANMELDEN**

**WWW.TRAINING-DAYS.COM**

# Aus der Traum

Lara Dietrich  
l.dietrich@freihafen.org

## Francis Drake, Störtebeker und Käpt'n Blaubär. Wer aufwächst, ohne von wahren und unwahren Geschichten über bekannte Seemänner gehört zu haben, hat hierzulande schon fast eine Bildungslücke.

In den verschiedensten Variationen begegnet uns immer wieder der freie und mutige Kapitän oder Matrose, der tapfer gegen zahllose Piraten kämpft, einen Schatz findet, Stürme bezwingt und nebenbei in jedem Hafen ein Kind hinterlässt. Das klingt nach Reisen und unbe-

rührter Natur, unendlichen Weiten und ziemlich viel Freiheit. Aber Pustekuchen. Die schnöde Wirklichkeit hat, wie so oft, mit den medial verbreiteten Fantasien herzlich wenig zu tun. Man werfe hierzu erst mal einen Blick auf die

Seemannsmission Duckdalben im Hamburger Hafen. Dieser uralte Treffpunkt für Seeleute aus aller Herren Länder, bietet mit geräumigen Sitzgelegenheiten, Billardtischen und einem Garten Gelegenheit für Entspannung, Austausch oder einfach einen Anruf nach Zuhause über die aufgestellten Telefonzellen. An der Decke hängen Rettungsringe, an den Wänden Mitbringsel aus aller Welt und auch die speziellsten Süßigkeiten aus Asien kann man hier kaufen. Getränke sind billig und die Leute freundlich, es ist also ein angenehmer Aufenthaltsort. Befragt man die dort Weilenden allerdings nach dem auserwählten Beruf, bekommt man wenig euphorische Statements zu hören. Egal ob aus Polen, Afrika oder Asien, die Seeleute berichten von ähnlichen Problemen: von langen Reisezeiten und Aufenthalten auf den Schiffen, von Zeitverträgen ohne weitere Absicherung und von einer gewissen Ernüchterung, doch nicht das zu bekommen, was man sich einst erhofft hatte. Rembrandt P. Silva, 24, von den Philippinen, hatte an jenem Abend sein Schiff das erste Mal seit sechs Monaten wieder verlassen.

„Von wegen ‚umsonst um die Welt kommen‘“ erzählt er, „Ich habe mir immer vorgestellt Europa zu sehen. Und jetzt bin ich da, komm doch nicht von Schiff runter und fahr einfach an allem vorbei. Ich versuche, meine Familie so oft wie





möglich anzurufen, damit alles ein bisschen leichter wird. Denn es ist schwerer, als ich jemals gedacht hätte. Du bist oft einfach körperlich erschöpft und bekommst keine Gelegenheit, dich auszuruhen. Dazu kommen noch die emotionalen Probleme. Ich versuche es als eine Herausforderung zu betrachten.“

Schließlich will er seinen Traum erfüllen und später sein eigenes Schiff kommandieren. Doch bis dahin ist es noch ein längerer Weg. Rembrandt besuchte eine auf den Philippinen eingerichtete Seemannsschule und gehört zu den glücklichen 20%, die nach abgeschlossener Ausbildung einen Job bekommen haben.

Peter Schade, auch 24, aus Hamburg muss sich diese Sorgen nicht machen. Er studiert zur Zeit Nautik in Bremen und wird bei dem derzeitigen Bedarf nach deutschen, hochqualifizierten Seeleuten vermutlich keine Schwierigkeiten haben, eine Reederei zu finden, die ihn unter günstigen Bedingungen unter Vertrag nehmen wird. Denn nach deutschem Seerecht müssen auf jedem Schiff unter deutscher Flagge mehrere deutsche Offiziere, bzw. ein deutscher Kapitän mitfahren. Weil diese an Versicherung und Sozialabgaben schon so

einiges kosten, besteht der Rest der Besatzung meistens aus nicht ganz so gutbezahlten Crew-Mitgliedern, die aus den weniger „geldbeutel-feindlichen“ Teilen der Welt rekrutiert werden. Das führt zu Diskrepanzen, die, wie immer, unterschiedlich bewertet werden: Rembrandt berichtet von der Schwierigkeit einzusehen, dass sein deutscher Kapitän seine Ehefrau mit an Bord nehmen kann und weit besser bezahlt wird. Peter verweist auf die schlechtere Ausbildung in vielen Teilen Asiens und auf die günstigeren

**„Ich brauche einfach die offene See,  
da muss Wind sein, da müssen  
Möwen kreischen“**

Verständigungsmöglichkeiten zwischen Reederei und Schiffsleitung wegen der besseren Englischkenntnisse. Warum er diesen Beruf

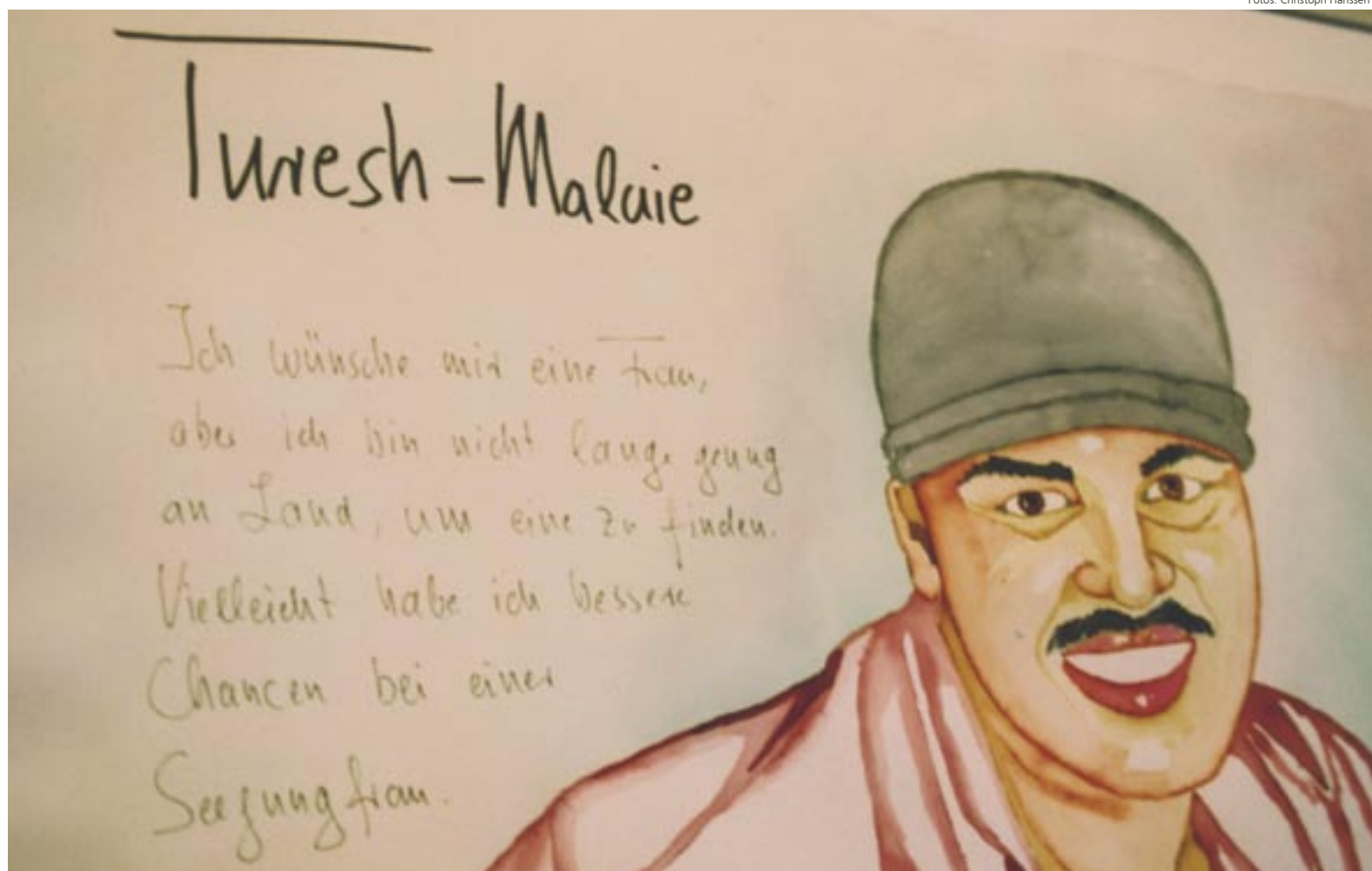
gewählt hat? „Ich brauche einfach die offene See, da muss Wind sein, da müssen Möwen kreischen. Und irgendeinen Bürojob konnte ich mir da einfach nicht vorstellen.“ Als angehender Offizier und irgendwann Kapitän, kann er damit rechnen, unter besseren Bedingungen zu arbeiten, als seine Kollegen aus Asien. Das beinhaltet auch kürzere Fahrzeiten, Festverträge und natürlich auch eine längere Zeit, um zu Hause zu sein. Denn wie so einige Klischees, hat auch der Typus „seefahrender Frauenheld“ mittlerweile

weniger Chancen als früher, sich in jedem Hafen eine andere „klarzumachen“. Bei ein paar Stunden Liegezeiten in den meisten Städten bleibt wenig Zeit, noch etwas von dem besuchten Ort mitzubekommen, geschweige denn tiefere Kontakte zu knüpfen.

Nur ein paar Bestandteile der alten Geschichten sind heute in moderner Form immer noch vorhanden. Immer noch tauchen gelegentlich, insbesondere im asiatischen Raum, auf einmal schwerbewaffnete Piraten auf Motorbooten aus dem Nichts auf, die im günstigsten Fall das Schiff um einen Teil seiner Ladung erleichtern oder aber auch die Besatzung ermorden und das abgegraste Boot schließlich versenken. Und wenn für die Mannschaft, die schließlich Monate auf dem jeweiligen Kahn ausharren muss, das falsche Essen gekauft wird, kann es auch immer noch zu einer Meuterei kommen, heute besser bekannt unter dem Begriff Streik.

Doch trotz allem: Die gute alte Seefahrer-Romantik, an die einem die netten Elb- und Alstersegler manchmal erinnern mögen, scheint wie so manches anderes in den Weiten des verstärkten Handels und der Modernisierung verloren gegangen zu sein. Insofern passt es natürlich, dass wir wirklich keinen einzigen Seefahrer mit auch nur einem klitzekleinen Tattoo getroffen haben. Schade.

Fotos: Christoph Hanssen



# Mondscheinbummler Rüsselmaler

## Sie kommen aus Chiang Mai, Nord Thailand, nehmen täglich etwa 250 kg Nahrung zu sich und haben die Kunst für die Tierwelt erobert. Ein Bericht auf den Spuren der thailändischen Rüsselmaler

Es begann wohl mit Unterhaltung. Mit „dem ganz anderen Reiterlebnis“ für Touristen oder mit einer Tour, bei der zwar „keine Wanderung zu einem Bergdorf“ geboten wird, dafür aber „das Elefantenbad und Show“. Doch was auf den ersten Blick aufmüpfig das grelle Etikett der Touristenbefriedigung trägt, hat etwa zehn Elefanten zu einer zugegeben untypischen Lehrstelle verholfen, denn diese Tiere haben seit 1998 die Möglichkeit, sich in der Kunst zu erproben.

Nachdem die Amerikaner Komar und Melamid die Elefantenkunst nach Thailand brachten, ein

Konzept, das in den USA schon seit ca. 20 Jahren in Zoos praktiziert wird, engagierte sich das National Elephant Institute (NEI) in Thailand und gründete die weltweite ‚Elefant Art Academy‘. Die Tiere, die zuerst nur wegen ihres Unterhaltungswertes in der Tourismusbranche Beachtung fanden, hatten durch die innovative Arbeit der Amerikaner Interesse geweckt. Nach

dem Motto „Pinsel-Rüssel-Los“ entstehen nun jeden Monat Kunstwerke, die von der HQ Art Gallery online vertrieben werden und deren Erlöse dazu dienen, laufende Futter- und Pflegekosten zu senken.

### Die Malerei bewahrt die Elefanten vor dem schlimmsten Schicksal für die in Gefangenschaft lebende Tierwelt - der Langeweile

Elefanten, die mit Kunst ihren Lebensunterhalt erwirtschaften, ja, diese Dickhäuter erstaunen. Da ist nicht nur der Gedanke an künstlerische Fähigkeiten

ten, der faszinierend erscheint, nein, da sind auch die verschiedenen Persönlichkeiten, Temperamente, Hintergründe und Vorlieben dieser Tiere, die einen stützen lassen: Elefantendame Prathida zum Beispiel ist das Adoptivkind der thailändischen Prinzessin und liebt es, selber wie eine Prinzessin vor der Kamera zu posieren. Männchen Pong spielt gerne Xylofon und Senior Japatee kam per Jumbo Jet aus Israel. Trotz großer Unterschiede teilen diese Elefanten jedoch eines: Ihre Begeisterung für Pinsel und Farbe.

Im National Elephant Institute genießen die Tiere ungewöhnlich große Bequemlichkeit. Anstatt an Landstraßen um Futter betteln zu müssen, wie viele Tiere, deren „Mahout“ nicht mehr für die Pflegekosten aufkommen kann, gibt es Rohrzucker und Bananen. Die harte Arbeit in den nun verbotenen Holzfällerlagern konnten die Tiere hinter sich lassen und genießen im NEI jede Nacht das Mondscheinbummeln durch das Unterholz der umliegenden Wälder.

Am nächsten Morgen wird sich die Touristenunterhaltung über große Teile des Tages erstrecken. Doch für die zehn Rüsselkünstler gibt es als Bonus noch Malstunden. Vorzugsweise vormittags, von 10 - 12 Uhr. Henry Quick, Geschäftsführer der Galerie, die die Werke vertriebt, erklärt, wie diese gewöhnlich ablaufen.



Fotos: Henry Quick



Nach dem Motto „Pinsel-Rüssel-Los“ entsteht hier Elefantenkunst.

„Ich arbeite persönlich mit jedem Tier an dessen Bild für ungefähr 20 Minuten, wobei ich die Farbe wähle und den speziell für Elefanten angefertigten Pinsel dem Künstler reiche, der dann drauflos malt - den Pinsel entweder im Rüssel eingerollt oder hinaufgeschoben.“ „Die Elefanten lieben dies“, fügt Quick hinzu.

Er auch. Seit 1994 lebt der gebürtige Brite in Chiang Mai und hat seitdem die Arbeit mit den Dschungel-Giganten zu

schätzen gelernt. „Es ist ein wahres Wunder sie zu beobachten, wie sie die Arbeiten auf ihre ganz eigene Art und Weise ohne fremde Hilfe kreieren“, schwärmt er. Die Einzigartigkeit im Malstil fasziniert Quick besonders. „Manche haben langsame und gezielte Bewegungen, andere malen mit raschen Pinselstrichen, es gibt welche, die nur horizontale Linien malen, während

### Anstatt an Landstraßen um Futter betteln zu müssen, gibt es Rohrzucker und Bananen

wieder andere Bögen und unterschiedliche Winkel benutzen.“

Die WSPA (World Society For Animal Protection) sieht das nüchterner. Auf die Frage hin, ob die Malstunden nicht schon an Tierausbeutung grenzten, meint diese lediglich, dass die Malerei die Tiere von dem schlimmsten Schicksal für die in Gefangenschaft lebende Tierwelt bewahre - der Langeweile.

Ist die Arbeit der Elefanten somit Produkt einer Beschäftigungstherapie oder Kunst? Das liegt wohl im Auge des Betrachters. Ein New Yorker zumindest war bereit, für ein Elefantenkunstwerk 2200 US Dollar hinzublättern. Kein Einzelfall.

Die ansteigende „Abzocke“ mit Elefantenkunst betrübt Henry Quick jedoch. In der Tat gibt es viele Firmen, die für weniger als 12 Dollar das Stück Elefantenkunst in großer Menge kaufen,

um diese dann für bis zu 900 Dollar an reiche Touristen zu verscherbeln. Dass das Versprechen, das dem Kunden gegeben wird, nämlich dieses Geld dem Tier zugute kommen zu lassen, gebrochen wird, damit die Kasse klingelt, versteht sich von selbst. „Diese Leute sind nicht einmal dabei, wenn die Elefanten malen!“, klagt Quick.

Bei ihm stehen die Tiere und ihr Wohlergehen im Vordergrund. Von jedem Bild, das die HQ Galerie verkauft ([www.elephantartgallery.com](http://www.elephantartgallery.com)), kommen genau \$20 dem Künstler und seinem Mahout zugute, der Rest wird für Farb- und Materialkosten genutzt.

20 Dollar sind nicht viel. Für uns. Doch für die Malertruppe sind es mehr als zwei zehndollar-Noten: Es bedeutet artgerechtes Leben, Kunst und nächtliche Mondscheinbummel durchs Unterholz.

**Annina Loets**

a. loets@freihafen.org

# 30 Tage Kulturschock?

## Wie wäre es, wenn die peruanische und die deutsche Kultur aufeinander treffen würden? Inkas und Ritter, Armut und Wohlstand, Latinos und Krauts?

Auf jeden Fall wohl sehr spannend und erlebnisreich, dachten sich Sonko (28) und Sihuar (22) aus Hamburg, die beide ihre Wurzeln in Peru haben. Aus einer flüchtigen Idee während verschiedener Austauschprojekte mit Lateinamerika, wurde mehr – „Los Chaskis“ war geboren. Das Ziel: Ein Jugendaustausch zwischen Hamburg und Cuzco.

### FREIHAFEN: Das Besondere?

Sonko: Wir wollen einen Austausch machen, den sich nicht nur die reichen Leute aus Lateinamerika bzw. aus Peru leisten können. Hierher zu kommen ist teuer, das Geld dafür haben die meisten peruanischen Familien nicht. Darum wollen wir die gerne einladen.

**„Wir wollen einen Austausch machen, den sich nicht nur die reichen Leute aus Lateinamerika bzw. aus Peru leisten können.“**

Um dieses zu ermöglichen, werden Solidaritätspartys organisiert. Solidaritätsparty, das klingt nach bebrillten Omis, die Deckchen häkeln, Kaffee kochen und selbstgebackenen Kuchen verkaufen?! Weit gefehlt: Hier lebt Peru: Von der Musik über traditionelle Tänze bis hin zum Essen. Die nächste Veranstaltung ist am 22. und 23. April im Gesundheitszentrum St. Pauli.

Die ersten Planungsschritte sind beendet, unterstützende Organisationen gefunden und Anträge auf finanzielle Unterstützung gestellt.

### Wie geht es nun weiter?

Sihuar: Jetzt sind wir in der Phase, in der wir eine Gruppe zusammenstellen, die Interesse an der indianischen und an der lateinamerikanischen Kultur und Lust hat, in den Sommer- und Semesterferien 2006 nach Peru zu fliegen.

### Ist die Nachfrage an dem Austausch denn groß?

Sonko: Es geht, also bis jetzt haben wir noch nicht so richtig viel Werbung dafür gemacht,

weil meine Sorge vor allem war, ob das wirklich klappt. Man kann nicht zu einer Gruppe in Peru sagen, wir kommen jetzt und ein Jahr später laden wir euch ein und dann klappt das nicht. Solche Menschen freuen sich, da werden Illusionen geschaffen. Und deshalb haben wir uns bis jetzt ziemlich bedeckt gehalten und viel unter uns gearbeitet. Inzwischen denken wir aber, dass wir in der Lage sind, das auch finanziell zu wuppen. Aber wir freuen uns immer über noch mehr Aktive, also kann jeder, der Lust darauf hat, auch vorbeikommen, mitplanen und mitorganisieren.

Sihuar: Was aber auch ganz klar gesagt werden sollte: Wir fänden es gut, wenn die Leute, die mitmachen, sehen, dass das Projekt eigentlich über zwei Jahre läuft:

Hin- und Rücktausch. Wir wollen keine Leute haben, die einfach mitfliegen und danach sagen: „Okay, ciao, ich bin jetzt da gewesen und hab einen super günstigen Urlaub in Peru gemacht, hab ganz viel gesehen und jetzt mache ich meine anderen Aktionen weiter.“

### Welche Kosten kommen denn auf die Teilnehmer zu?

Sihuar: Für 30 Tage sind das etwa 1000 Euro plus 100 bis 150 Euro Taschengeld. Da ist dann aber auch alles drin: Flug, Unterkunft, Essen, Eintritte, Reisen innerhalb des Landes. Im Vergleich zu anderen lateinamerikanischen Ländern ist Peru recht teuer, weil es stark touristisch ist. Man kommt aber auch nicht günstiger nach Peru.

### Wie bereitet ihr die Teilnehmer auf den Aufenthalt in Peru vor?

Sihuar: Wir haben beide schon mal einen Austausch geleitet. Von daher haben wir schon Erfahrung. Auf jeden Fall möchten wir, dass sich die Gruppe auch selber informiert. Wir

wollen nicht wie in der Schule sagen: Hier, das sind die Fakten von Peru, sondern schon gucken, dass man das interaktiver macht. Ganz wichtig ist uns, dass wir den peruanisch-geschichtlichen Aspekt haben, rund um den Konflikt von indigener und gemischter Bevölkerung. Und von da aus machen wir Vorbereitungsseminare. Das wird zunächst einmal ein Kennenlernseminar sein, damit man das Gruppengefühl bekommt, damit sich die Leute kennen lernen. Später gibt es dann noch mal Seminare, die genauer auf das Programm in Peru vorbereiten und darauf, was alles noch aufgearbeitet werden muss.

Nach meiner Erfahrung soll das eben so laufen, dass man regelmäßige Treffen hat, die Abstände werden kürzer und die Inhalte werden dann auch spezifischer.

Sonko: Und wir werden sehr auf die Verhältnisse in Peru eingehen. Die leben da schon ganz anders als wir. In Lima zum Beispiel gibt es zwei schöne Stadtteile, aber in den anderen ist es hart, wenn man aus Europa kommt. Das sind alles Ghettos. Dann bekommt man total den Kulturschock. Kulturschock, das heißt, die Kinder sind so arm wie wir es nie gesehen haben. Das ist schlimm, wenn man es nicht kennt. Wenn man denkt, man fährt auf eine nette Urlaubsinsel, wo die Sonne immer scheint, dann denkt man falsch. Das ist nicht Peru. Von den zehn Millionen Einwohnern in Lima leben die meisten in purer Armut. Ein Stadtteil ist sogar eingezäunt. Da steht Wachpersonal, das die Ein- und Ausgänge kontrolliert, weil da keiner rein und raus kommt, der da nichts zu suchen hat.

Sihuar: Natürlich ist Peru auch schön, aber man sollte schon wissen, wohin man da kommt und das man das mit Europa, Deutschland oder Hamburg nicht vergleichen kann.

Mehr unter: [www.los-chaskis.de](http://www.los-chaskis.de)

Jenny Wolf

[j.wolf@freihafen.org](mailto:j.wolf@freihafen.org)



Foto: wikicommons

# Wiedersehen mit Stardust

**Vor über sechs Jahren wurde die Raumsonde Stardust von der NASA ins Weltall geschossen. Ihre Mission sollte es sein, Partikel aus der Gashülle des Kometen „Wild 2“ zu sammeln. Im Januar gab es das erste Wiedersehen.**

Eine der zentralen Fragen, die uns beschäftigen, ist die nach der Entstehung unseres Sonnensystems. Mit der Raumsonde Stardust versucht man der Antwort einen Schritt näher zu kommen.

Die Sonde trat am 07. Februar 1999 ihren Weg zum Kometen „Wild 2“ an. Die NASA hatte die Rakete vom Kennedy Space Center aus in den Weltraum geschossen.

Nach einer zweijährigen Umlaufzeit in einem Sonnenorbit, sollte sich die Sonde vorerst zum Kometen „Anefrank“ bewegen und diesen umfliegen. Ziel der Annäherung war die Vorbereitung und der Test aller Systeme.

Im November 2000 kam es dann zu ersten Problemen: Die Sonde geriet in einen der stärksten, je gemessenen Sonnenstürme. Doch die Sonde reagierte auf die 100.000fache Sonneneruption vorbildlich. Sie versetzte sich selber in den Standby-Modus, um sich so vor Schäden zu schützen. Erfolgreich. Nach einem Reset der Navigationssysteme konnte sie ihren Weg fortsetzen.

Im Januar 2002 war es dann endlich soweit, die Stardust flog mit einer Entfernung von 240km am Kometen „Wild 2“ vorbei.

Der Komet existiert bereits seit mehr als 4,5 Milliarden Jahren. Er entstand in den äußeren Bereichen unseres Sonnensystems und enthält vermutlich noch die Materie, aus der die Planeten unseres Sonnensystems entstanden sind.

Eigentlich sollte der Komet gar nicht in das Innere unseres Sonnensystems gelangen. Nachdem sich der Komet im Jahr 1974 jedoch dem Jupiter

näherte, wurde er durch die starken Gravitationskräfte des Jupiters von seiner normalen Bahn abgelenkt. Gleichzeitig verkürzte sich seine Umlaufzeit von

vierzig auf etwa sechs Jahre. Erst dadurch wurde die Stardustmission möglich.

Inzwischen ist die Sonde wieder auf der Erde angekommen. Am 15. Januar 2006 landete sie, wie vorgesehen, in Utah. Angekommen ist allerdings nicht die gesamte Sonde, sondern nur die so genannte

„Rückkehrkapsel“. Der Rest der etwa 150 Millionen Dollar teuren Sonde wird im Sonnenorbit verbleiben.

Was für Antworten die Sonde mit sich bringt, werden wir dann erst in einigen Monaten erfahren, wenn die Wissenschaftler die ersten Daten ausgewertet haben.

**Der Komet existiert bereits seit mehr als 4,5 Milliarden Jahren**

**Die Sonde geriet in einen der stärksten, je gemessenen Sonnenstürme**

Foto: NASA

Die Raumsonde Stardust beim Start am 7. Februar '99.

**Maurice Renck**  
m.renck@freihafen.org



Foto: Jonas Fischer

# Gehüpft wie gesprungen

**Wem es zu langweilig ist, mit seinem Kaninchen nur zu kuscheln, sollte ausprobieren, ob es Talent zum Kaninhop besitzt. Diese Sportart, bei der Kaninchen Hindernisparcours bezwingen müssen, ist die moderne Freizeitbeschäftigung unter den Kaninchenzüchtern.**

Da soll noch mal jemand behaupten, alle exotischen Trends kämen aus den USA. Die Idee, mit Kaninchen über Hindernisse zu hüpfen ist vor etwa 25 Jahren in den Köpfen schwedischer Kaninchenzüchter entstanden. Die anfänglich lediglich der Bewegung der Tiere dienende Beschäftigung wurde in Skandinavien mehr und mehr zum Trend. So erklärte man das Gehüpfe kurzerhand zur Sportart und stellte ein umfangreiches Reglement auf. Über Dänemark „hoppte“ die Welle dann nach Deutschland. Ein Kaninchenzüchterverein aus Eutin war vor etwa acht Jahren die erste deutsche Organisation, die aktiv Kaninhop betrieb. Mittlerweile gibt es in Deutschland einige Vereine und Gruppierungen, die den „artgerechten Kaninchensport“ betreiben. Wer jetzt allerdings denkt, sein Kaninchen würde direkt losspringen und dicke Preise nach Hause bringen, der irrt gewaltig: Für die Aufzucht eines qualifizierten Hoppers kommt man um hartes Training von klein auf und den Einkauf notwendigen Equipments nicht herum. Auf der Suche nach dem optimalen Hüpfen sei bedacht, dass Widder-Zwergkaninchen die deutlich besseren Charaktereigenschaften zum Kaninhop aufweisen, als andere Kaninchenrassen. Auch empfiehlt es sich, den Nachwuchssportler schon etwa nach einem Monat langsam mit kleinen Hindernissen an eine Karriere im Leistungs-

sport zu gewöhnen. Auch das Tragen des Geschirrs, bestehend aus Hals- und Brustgurt, muss dem Kaninchen erst vorsichtig beigebracht werden. Wer nicht die Möglichkeit hat, sich den perfekten Hopper heranzuzüchten, kann natürlich auch sein gemeines Hauskaninchen auf sportliche Fähigkeiten testen. „Wenn man ein älteres Kaninchen dazu bewegen möchte, sich sportlich zu betätigen, sollte man es erst einmal über die Hindernisse herüberheben.“, empfiehlt die Kaninhopperin Anna Dwuzet aus Eutin. „Wenn es allerdings ängstlich vor dem Hindernis liegen bleibt, sollte man versuchen, es mit ruhigen und lieben Worten sowie Streicheleinheiten zu beruhigen.“

Wenn nun also die Fähigkeiten des Kaninchens sichergestellt sind: Nichts wie auf zum ersten Wettkampf! Dazu fährt man am Besten nach Dänemark oder Schweden, wo mehr Wettbewerbe stattfinden, als in Deutschland. Doch auch bei uns gibt es bereits einige Vereine, die regelmäßig Turniere veranstalten. Um an offiziellen Wettkämpfen teilnehmen zu können, muss das Kaninchen mindestens vier Monate alt sein und von einem Fachmann geimpft werden.

Selbstverständlich gibt es, wie in anderen Sportarten auch, verschiedene Disziplinen und Klassen. So treten die Hopper in den Kategorien

„Gerade Bahn“, „Parcours“ und „Slalomspringen“ gegeneinander an. Jede Disziplin hat ihre eigenen Regeln, die teilweise aber aufgrund von Übersetzungsschwierigkeiten noch nicht vollkommen ausgereift sind.

Damit keine Ungerechtigkeiten zwischen den einzelnen Kandidaten entstehen, kann man, je nach Leistungsstand des Tieres, von der „Leichten Klasse“, in der es gilt, mindestens acht Hindernisse bis zu 25 cm Höhe zu überwinden, bis zur „Eliteklasse“ mit zwölf 50 cm hohen Hindernissen auswählen.

Wer jetzt Lust bekommen hat: Nichts wie raus mit dem Kaninchen in den Garten, Geschirr angelegt und losgehoppelt!

**Jonas Fischer**  
j.fischer@freihafen.org

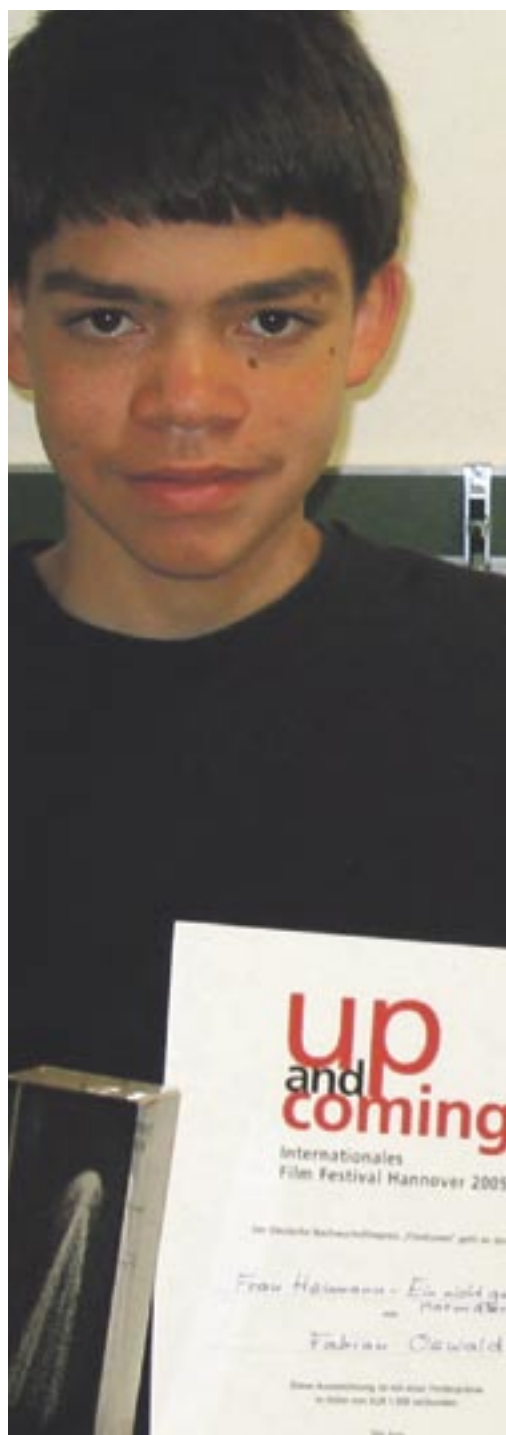
Informationen zu Kaninhop

Das Kaninchenzucht-Portal:  
[www.kaninchen-zucht.de](http://www.kaninchen-zucht.de)

Kaninhop in Hamburg:  
[www.kaninchenzuchtvereinhh24.de](http://www.kaninchenzuchtvereinhh24.de) (Rassekaninchenzuchtverein HH 24 Hamburg Bergedorf)

# Horror, Biernot, CinemaxX.

**Ein eher subjektiver Rückblick auf das achte „Up-And-Coming“ in Hannover und die Antwort, warum das Nachwuchsfilmfestival trotzdem ein voller Erfolg war.**



Einer der drei Preisträger des erstmalig vergebenen Deutschen Nachwuchsfilmpreises: Fabian Oswald (13)

Schön, wie Kino das kann: Die ganz großen Gefühle beschwören. Denn dass es zum Beispiel unangenehm sein würde, mit dem Vermieter in der Küche sitzen zu müssen um dessen Exkursen über das Leben nach dem Tod zu folgen, das habe ich mir schon vor dem Besuch des achten Up-And-Coming-Filmfestivals denken können. Wie scheiße es jedoch sein muss, dabei massiv blutend und mit Klebeband gefesselt zu sein, während im Nebenzimmer die Ehefrau vom Nachbarn vergewaltigt wird – dies auch nur zu erahnen bedurfte es Benedikt Kramers Kurzfilm Die Neuen Mieter.

Nach Ablauf dieser quälend langer 47 Minuten gibt es zum ersten Mal Kontroverse in dem Kellerkinosaal des Hannoveraner CinemaxX, in dem das biennale Filmfestival dieses Jahr eine neue Heimat fand. Durch das verhalten paralysierte Klatschen dringen die leidenschaftlichen Buh-Rufe eines Mädchens aus der Reihe hinter mir. Der anwesende Regisseur, ein 25-jähriger Filmstudent mit blondierten und zurückgeschleimten Haaren, trägt es mit Fassung: „Es ging einfach darum, das Böse darzustellen. Aber ich gucke den Film auch nicht so gerne.“ Grade habe er einen abendfüllenden Film in Israel gedreht, einen, den man als Deutscher eigentlich gar nicht machen dürfe, der gefalle ihm besser. Zum Glück sind die Einsendungen des, in einen nationalen und internationalen Wettbewerb getrennten, Festivals jedoch auf Kurzfilme beschränkt. Und nicht nur das – auch das Alter der Filmemacher ist beschränkt: Älter als 27 darf keiner der Einsender sein, die sich mit ihren Filmen um einen von je drei mit 1.500 Euro dotierten deutschen und internationalen Nachwuchsfilmpreise, den undotierten Sonderpreis „Fliegende Kamera“ oder den mit einem Vertriebsdeal verbundenen Publikumspreis „Oskurt“ bewerben. Das Mädchen aus der hinteren Reihe sollte übrigens Recht behalten: Die neuen Mieter wird am Ende leer ausgehen.

Leer ausgehen soll wohl übrigens auch ich, nachdem ich mich abends aus dem Kinosaal schäle, den ich im Rahmen des Festivals während der ersten vier Dezembertage bewohne. Der Plan, bei einem kühlen Bier im Gespräch mit Freunden das Gesehene zu rekapitulieren scheitert fast an dem Austragungsort des Up-And-Co-

comings. Während es in Hamburg in jeder U-Bahn-Haltestelle Kioske gibt, existiert in Hannover noch nicht einmal eine richtige U-Bahn und der einzige Laden, der in der niedersächsischen Hauptstadt nach 24 Uhr an einem Samstagabend noch alkoholhaltige Kaltgetränke verkauft, befindet sich gut versteckt in der List, ca. 550 Meter vom „Harem XI“ in der Friesenstraße 66. Der nächtliche Spaziergang lohnt sich aber nicht nur wegen der Frischluftzufuhr, die sich während der 13 Stunden im Kinosaal eher problematisch gestaltete – auch das Becks ist mit 1,30 Euro fair bepreist – auf dem Festival, dessen Concessionstände die des angemieteten Kinos sind, kostet Bier das Dreifache. Ansonsten ist das CinemaxX als Veranstaltungsort jedoch super und – um ehrlich zu sein – besser geeignet als die Kestner Gesellschaft, in der das Up-And-Coming in den letzten Jahrzehnten gastierte. Die eigene Etage schützt uns Kunst- und Kulturbeflissene davor, mit den Mainstreamspacken in Kontakt zu kommen, die hier sind wegen Die Reise der Pinguine, Harry Potter 4 oder Peter Jacksons King Kong Parodie; die Störsender in den Kinosälen entlasten uns von der harten aber gewissenhaften Arbeit unsere Mobiltelefone zu Filmbeginn selbst auszuschalten; die Leinwände sind groß genug den Filmen das nötige Format zuzugestehen und die weichen Sessel erlauben – anders als die harte Bestuhlung bei Kestners – bei Bedarf sanft zu entschlummern. Das ist aber eigentlich gar nicht nötig. Denn abgesehen von einigen arg ästhetisch/experimentell ausgefallenen Beiträgen im internationalen Wettbewerb treibt es mich abwechselnd die Begeisterung und die Schamesröte ins Gesicht, dass ich selbst noch pseudo-schlaue Ego Rezensionen verfasse, während Quasi-Gleichaltrige mit einem Film wie Zahme Vögel einfach mal alle Tatort-Episoden auf einmal platt machen oder mit Eine Schwalbe macht noch keinen Sommer nicht nur die Kickerszene aus Absolute Giganten adequat auf Tischtennisrundlaufverhältnisse übersetzen, sondern in Cast, Kostüm und Atmosphäre Sonnenallee in punkto charmanter Retrobratzigkeit auf Augenhöhe begegnen.

Überhaupt war es – allen Vorurteilen von wegen „verwackelte Amateurfilmchen“ zum Trotz – neben der Idee oft die Machart, die flashte. So





Figen Ünsal (v.links), Kameramann Bastian Hopfgarten mit Regisseur Till Kleinert sowie stellvertretend für Fabian Oswald sein Lehrer Thomas Fischer

Foto: Nancy Heusel

### Die Sieger des Up And Coming Filmfestivals im Überblick

#### Nationaler Wettbewerb:

Fabian Oswald:  
*Frau Heumann – Ein nicht ganz normaler Hund*  
Figen Ünsal:  
*Melissa*  
Bastian Hopfgarten:  
*Xerox/UV*

#### Internationaler Wettbewerb

Wai Yee Chan & Yee Nam Lou:  
*Gay or Not*  
Dag Astein & Keio Astein:  
*Solar Plexus*  
Tetsuya Mariko:  
*Mariko's 30 Pirates*

#### Fliegende Kamera (Sonderpreis der Kestner Gesellschaft)

Yu Shui:  
*About Life*

#### Oskurt (Publikumspreis)

Eike Swoboda & Felix Engel:  
*Wackelkontakt*

bewies Daniel Hirschnitz mit *Dark Minds*, dass man ruhig mit allen Klischees und dem vollen Pathos des „Mann ohne Gedächtnis“-Genres aufwarten kann, wenn man in seinem Film nur Stop-Motion-Figuren statt schlechten Schauspielern einsetzt. Chop Suey mit Dönerfleisch von Daniel Rübesam hätte derweil rein inhaltlich auch ein Werbespot der Schillpartei werden können: Ein nächtlicher multikulti Dopedead scheitert an der Sprachbarriere seiner fehlintegrierten Protagonisten. Der in nur vier Stunden aus einer nächtlichen Laune heraus improvisierte Neunminüter trieft jedoch vor wohlthuendem Klamauk - Du bist Deutschland geht anders. Der tocotronische Entschluss „Aber hier leben? Nein danke“ ist dann aber spätestens wieder getroffen, wenn die Credits von Frederik Hamms zynischer Zivildienstbewältigungssatire Siebenschläfer über den Bildschirm flackern. Auch wenn Frederik nach dem Film nicht von überambitionierten Deutsch-LK'lern die Sinnfrage gestellt bekommt, kann das Fazit der Episoden aus dem Krankenhausalltag nur eines sein: Nie wieder krank werden!

Keine leichte Aufgabe bei dem Mammutprogramm aus 199 Filmen, die das Festivalteam um Burkhard, Karin und Harald Inhülsen aus fast 2500 Gesamteinsendungen aus 56 Ländern für

das Up And Coming ausgewählt hatte. Denn neben philosophischen 3D-Animationen (z.B. Till Nowaks *Delivery*), charmanten Dokus (empfohlen seien *Fahrland* von Dinah Münchow und *Stephan Liskowski* oder *Andrej Gontcharovs Murat üba Ramadan*) und innovativen Querschlägern (begeisternd hier u.A.: *Ingo Schillers Durch das Warten wachsen* und *Gregor Erlers Wochenende für Inländerfreunde*) schienen dieses Jahr nervenaufreibende und verstörende Spielfilme besonders stark vertreten zu sein. Neben eingangs erwähntem *Die Neuen Mieter*, *Jacques Molitors Gemini*, *Totenschlaf* von Eric Bohr und *Jochen Binz*, ist hier vor allem der Siegerfilm *Xerox/UV* von Bastian Hopfgarten zu nennen. Der Film schafft, was Kulturtheoretiker für eine Stärke des Surrealen halten, aber zahllose Horrorfilme zu erfüllen nur vorgaben: Nämlich in seiner eigenen Abartigkeit Metapher für ganz reale gesellschaftliche Abartigkeiten zu sein. Nachdem *Xerox/UV*-Screening im Anschluss an die Preisverleihung sitzt ein blasses Mädchen auf der untersten Stufe der Treppe, die aus dem Kinokeller ans Licht führt: „Das war zu heftig, das fand ich echt zu heftig...“ – Schön, wie Kino das kann.

Oskar Piegsa  
o.piegsa@freihafen.org



Foto: photocase.de

## „Wir sind nicht porno!“

**Mit viel Spaß und emotionalen Texten will es die HipHop-Band „Audio Ration“ nach ganz oben schaffen. Zwar ist der Plattenvertrag noch nicht erreicht, doch blicken alle Bandmitglieder im Gespräch mit FREIHAFEN positiv in die Zukunft.**

**W**enn man heute auf die Erfolgsquote neuer Hamburger Hip Hopper schaut, so könnte man fast schreien: „Hamburgs populäre HipHop-Szene ist tot!“ Von der goldenen Generation um Samy Deluxe, Eins Zwo, Ferris MC und Nico Suave, die Hamburger HipHop populär machten, findet heute kaum noch einer großen Absatz. Dennoch sind Rocky Royal, Mr. K, BurneR, Arcane und Pointed Eye von Audio Ration davon überzeugt, dass sie das

Zeug dazu haben, Hamburg wieder dahin zu bringen, wo Hamburg HipHop-technisch einmal war. Musikalisch ist die Band heute schon da, wohin sich viele der so genannten „Neuen Deutschen Welle“ des Rap bis heute noch nicht hinbewegt haben oder wollen. Denn in den meisten „Audio Ration“-Liedern wirken Arcane und Pointed Eye als Sängerinnen mit. Zwar gibt es immer wieder Rapper, die ab und an Gesangsparts in ihre Liedern einbeziehen, doch bei Audi-

oration ist dies Programm. FREIHAFEN sprach mit den Nachwuchskünstlern in ihrem noch provisorisch eingerichteten, aber immerhin eigenen Studio über ihre Motivation, verschiedene Stile und Plattenverträge.

**FREIHAFEN: Wie ist es zur Gründung von Audio Ration gekommen?**

Rocky: Alles hat mit mir und KJ begonnen, der

jetzt leider aus dem Projekt ausgestiegen ist. Wir haben schon vorher viel Rapmusik gemacht und Leute gekannt, die Rapmusik gemacht haben. Später sind wir auf den Gedanken gekommen, Audio Ration zu starten. Den Namen hatte sich damals KJ ausgedacht. Zwischendurch hatten wir mehr als zehn Leute bei Audio Ration, zur Zeit sind wir ein fünfköpfiger harter Kern.

Mr. K: Der Name „Audio Ration“ ist bei uns Programm, wie jeder Mensch seine tägliche Ration Essen braucht, braucht er auch seine tägliche Ration Musik - und die sind wir!

### Was hat euch motiviert, Rapmusik oder generell Musik zu machen?

Arcane: Also ich rappe eigentlich nicht und habe es auch nicht vor, aber es macht mir Spaß beim Gesangspart mitzumachen, da ich sehr gerne singe.

Rocky: Bei mir hat alles mit der Schule angefangen. Wir sollten im Unterricht Texte schreiben. Meine Texte sind damals sehr gut gelungen und ich habe versucht, sie zu rappen, es hörte sich ebenfalls gut an und seitdem rappe ich.

Pointed Eye: Bei mir hat es etwas ungewöhnlicher angefangen. Mein Ex-Freund spielt in einer Band, und weil mir die Shows anfangs nicht gefallen haben, beschloss ich, mit Gesang und Kostümen die Shows ein bisschen zu verbessern und seitdem singe ich.

BurneR: Mir gefiel Rap-Musik schon immer, vor allem deutscher Rap. Irgendwann habe ich dann versucht mitzurappen und auch eigene Texte zu schreiben. Und jetzt bin ich hier.

Mr. K: Bei mir war es relativ ähnlich, ich mach's wie alle hier auf Spaßbasis und wenn dazu noch Erfolg kommt... wieso nicht? Natürlich kommt dann später noch so etwas wie die Welt verbessern (*lacht*).

### Wie seht ihr euch im Stil-Vergleich mit aktuell erfolgreichen HipHoppers wie Bushido oder Sido?

Rocky: Wir würden uns dem hamburger Stil zuordnen, denn unsere Texte zeichnen sich durch vieles aus, was hamburger Rap bekannt gemacht hat, z.B. haben wir sehr viele Texte, die zum Nachdenken anregen sollen, was ich von Sidos Texten beispielsweise nicht behaupten kann.

Arcane: Der Porno-Stil, den so viele Rapper heutzutage machen, ist nur ein Trend, der momentan einfach Geld bringt und deshalb rappen so viele in diesem Stil.

### Stellen wir uns vor, ihr würdet einen Plattenvertrag mit der Bedingung angeboten bekommen, Musik im Porno-Stil zu machen, würdet ihr unterschreiben?

BurneR: Auf keinen Fall. Denn das würde bedeuten, dass ich, K und Rocky als Zuhältern abgestempelt werden und die beiden Mädels als unsere Nutten, das geht auf keinen Fall klar.

Mr. K: Wir würden auf keinen Fall irgendwelchen Trends nacheifern, nur um gesignt zu werden. Wir sind Audio Ration und wollen mit unserem Stil erfolgreich werden.

**Tung Nguyen**

t.nguyen@freihafen.org

**„Also ich rappe eigentlich nicht und habe es auch nicht vor...“**

Anzeige

## Thalia erleben

# Die faszinierende Welt der Bücher

im Thalia-Buchhaus Spitalerstraße. Hier kannst du immer etwas Neues entdecken und nach Herzenslust stöbern und schmökern.

**Thalia-Buchhaus**

Spitalerstraße 8 • Tel. 040/485 01-0

E-Mail: [thalia.hamburg-spitalertrasse@thalia.de](mailto:thalia.hamburg-spitalertrasse@thalia.de)

Das Thalia-Buchhaus  
Spitalerstraße  
lädt ein!





# JUGENDMEDIENTAGE

JUGEND & POLITIK [KLEIN AUSLAUFMODELL?!]  
[www.jugendmedientage.de](http://www.jugendmedientage.de)

IM DEUTSCHEN BUNDESTAG VOM 18. BIS 21. MAI 2006  
FÜR JUNGE MEDIENMACHER VON 15 BIS 25 JAHRE

WIE FREI SIND WIR?  
WANN IST UNSERE ZEIT?  
WIE KOMMT BERLIN ZU UNS?

## PLÄTZE GEWINNEN EXKLUSIV IN **FREIHAFFEN**

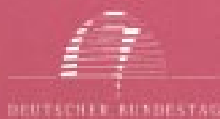
DIE ZAHL DER TEILNEHMER IST BEGRENZT!  
WIR RÜCKEN **10** DER BEGEHRTESTEN PLÄTZE  
RAUS – DU KANNST OHNE BEWERBUNG  
DABEI SEIN! NUR ZWEI FRAGEN: **WER**  
**IST DERZEIT DIE ODER DER JÜNGSTE**  
**ABGEORDNETE DES DEUTSCHEN**  
**BUNDESTAGES? UND WER IST DIE**  
**ODER DER ÄLTESTE ABGEORDNETE?**  
SCHICKE DEINE ANTWORT BIS ZUM  
4. MÄRZ 2006 PER E-MAIL AN  
[FREIHAFFEN@JUGENDMEDIENTAGE.DE](mailto:freihafen@jugendmedientage.de)

AUS ALLEN EINSENDUNGEN WÄHLEN WIR DIE 10 TEILNEHMER AUS. ES GILT DAS DATUM  
DES EINTREFFENS (SERVERZEIT). TEILNAHMEBERECHTIGT SIND JUNGE MEDIENMACHER  
AUS HAMBURG, SCHLESWIG-HOLSTEIN UND NIEDERSACHSEN IM ALTER VON 15 BIS 25  
JAHREN. DER RECHTSWEG IST AUSGESCHLOSSEN. FÜR DIE TEILNAHME AN DEN  
JUGENDMEDIENTAGEN FÄLLT LEDIGLICH DER REGULÄRE TEILNEHMER-  
BEITRAG AN, DIE FAHRTKOSTEN TRAGEN DIE VERANSTALTER. DER  
GEWINN BESCHRÄNKT SICH AUF DIE TEILNAHMEBERECHTIGUNG. DER  
EINSCHLUSS DIESER VERLOSUNG BIS ZUM  
31. MÄRZ 2006 ONLINE MÖGLICH UNTER  
[WWW.JUGENDMEDIENTAGE.DE](http://WWW.JUGENDMEDIENTAGE.DE)



JUGENDPRESSE  
DEUTSCHLAND

BUNDEVERBAND JUNGER MEDIENMACHER



Bundeszentrale für  
politische Bildung