

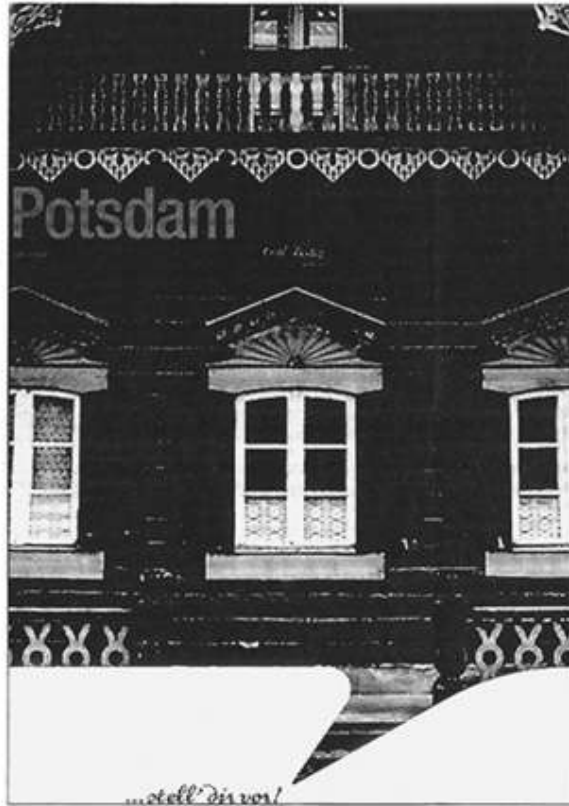
# „Destination Kulturhauptstadt: Wir leben das“

Im Wettbewerb um klare Ideen ist Potsdam derzeit nur im Mittelfeld / Für den Erfolg wird das nicht reichen

VOLKER OELSCHLÄGER

Manche der rund 15 Konkurrenten Potsdams bei der Bewerbung um den Titel Kulturhauptstadt Europas 2010 sind zumindest thematisch schon richtig mit Feuer dabei. Während Brandenburgs Landeshauptstadt sich gerade für den neuen Slogan „Stell' dir vor...“ entschieden hat. Gut, Visionäres schwingt da auch mit. Aber es ist eben doch nur ein Gefäß, das erst noch mit Inhalten gefüllt sein will. Nicht der eine klare Satz, die eine kurze Botschaft, die zwingend mit dem kandidierenden Ort, mit seinen Ambitionen oder seiner ganz einzigartigen Tradition verbunden sind.

Zum Vergleich Osnabrück. Diese Stadt hat ihr Thema: Friedensstadt. 1998 begingen sie dort das 350. Jubiläum des Westfälischen Friedens, der den 30-jährigen Krieg beendete. Das ist ein Leitmotiv, das gut auch noch eine Bewerbung als Kulturhauptstadt Europas trägt. Aber sie haben noch mehr Lokalkolorit mit Relevanz für die Geschichte des Kontinents. Im Gegensatz zu Potsdam haben sie in Osnabrück nicht den kompletten Bewerbungszeitraum in Themenjahre aufgegliedert, doch wenn es thematisch wird, dann mit zwingendem Grund: Wie 2009 – da feiert Potsdam gerade das Jahr der Jugend, das jeder andere Bewerber auch begehren könnte. In Osnabrück begehren sie das 2000. Jubiläum der Varusschlacht am Teutoburger Wald. Der Vollständigkeit halber: Sie



Plakatmotiv „...stell' dir vor!“ mit Alexandrowka-Hütte (links) und „stell' dir vor...“ mit da Vincis Mona Lisa.



REPROS (2): MAZ

werben nicht zuletzt damit, dass in keiner anderen Stadt Niedersachsens der Kulturanteil im Haushalt so hoch ist wie in Osnabrück.

Doch ums Geld geht es nicht zuerst, sondern zunächst um diese eine Botschaft. Diese Frage mit der Bitte um Antwort in einem prägnanten Satz: Was macht Potsdam als Kulturhauptstadt so besonders interessant? Warum gerade wir

und nicht die anderen? Diese Frage blieb unbeantwortet, gestern bei der Präsentation der Arbeitsgemeinschaft 2010, die sich gewissermaßen um die Verpackung der Potsdamer Kulturhauptstadtkampagne kümmern soll. Statt einer Antwort kamen Ausflüchte, Vertröstungen. Mitte Februar gebe es genaueres, sagte die Kulturbeigeordnete. Und dann folgte in Ermangelung

der Kernidee ersatzweise wieder der Verweis auf das bereits in die Ränge verwiesene Motto „Europa bewegt Potsdam“ und auf den Toleranzgedanken als Leitmotiv.

Klickt man sich durchs Internet, steht Potsdam allerdings nicht ganz schlecht da. Denn wirklich knackige Botschaften haben nur wenige der konkurrierenden Städte. Augsburg etwa belässt es bislang bei dem

Slogan „Augsburg bewirbt sich“. Bamberg teilt mit: „Wir sind auf dem Weg...“. Kernig hingegen ist Braunschweig bei der Sache. Dort heißt es selbstbewusst: „Europas Stärke liegt in der Provinz“; das ist gegen den Strich gebürstet, eine Botschaft, die zunächst einmal haften bleibt (ganz nebenbei will Braunschweig 2005 erste deutsche Stadt der Wissenschaft werden, ein Wettbe-

werb, in dem Potsdam bekanntlich die Segel strich). In drei Worten und dennoch unverwechselbar präsentiert sich auch das Ruhrgebiet mit dem Slogan „Region lebt Stadt“. Sein zweites Motto, „Mitten in Europa“, kann hingegen praktisch jede der konkurrierenden deutschen Städte für sich in Anspruch nehmen. Görlitz und das benachbarte polnische Zgorzelec werben mit dem Projekt „Grenzstadt – Stadt ohne Grenzen“ und sind damit im Kleinen Modell für das zusammenwachsende Europa.

Ungerecht wäre es wie gesagt, Potsdam mit seinen Slogans vom Europa, das bewegt, bis zum „Stell' dir vor...“ von vornherein auf einen der hinteren, mit Beliebigkeiten besetzten Plätze in diesem Ideenwettbewerb zu verdammen. Da gehören eher noch weitere der anderen Konkurrenten hin wie die Documenta-Stadt Kassel, die sich derzeit mit dem Ruf „Kassel gewinnt!“ begnügt. Oder Köln mit dem Slogan „Destination Kulturhauptstadt Europas; Wir leben das“. In so schnöder Gesellschaft hat Potsdams „Stell' dir vor...“ dann beinahe schon fast lyrisches Potenzial.

Potsdam, so scheint es, ist immer noch mit der Sichtung der Überfülle an Material und Themen beschäftigt. Mitte Februar, kündigte die Kulturbeigeordnete gestern an, soll im nicht öffentlichen – Programmbeirat ein erster Konzeptentwurf präsentiert werden. Sechs Wochen vor dem Abgabetermin für die Bewerbung,