

...kte, erfinden solche Erfolgsgeschichte kaum denkbar, sind wie bester Marktmarkt über den Markt würde das Geschäft mit den Stars  
und Sternchen, von einem weltweiten Oligopol beherrscht, dessen Arbeitsweise in eine mächtige Sechsfangflotte erinnert: Auf Super-  
tankern und hochbezahlten Mannschaften lande siebte unerschöpfliche, Treibstoffvorräte über die pflegen diese fünfsoßen an den Majors  
(Sony/Warner, BMG/EMI und Universal) das Königtum des Uferteil

Text Harald Willenbrock

## Zukunftsmusik

Im ersten Moment wirkt es seltsam, doch genau hier muss es sein. Hier, wo die Schuhsohlen in Möwenkacke baden und sich Hamburger Herbsthimmelgrau in den Kopfsteinpflasterpfützen spiegelt. Nebenan, unterm Vordach der Fischauktionshalle, picheln sich Obdachlose der Besinnungslosigkeit entgegen. Es nieselt.

Hier am Fischmarkt, hatte der Architekt Hadi Teherani versprochen, lasse sich jenes leise, ungeduldige Vibrieren spüren, das die Stadt seit einiger Zeit erfasst hat. Und wirklich, mit zusammengekniffenen Augen sind elbaufwärts die ersten Umriss der Hafencity zu erkennen. Auf der anderen Elbseite erahnt man das backsteinerne Wilhelmsburg, einen vergessenen Stadtteil, den die Hamburger gerade wiederentdecken wie einen alten Freund, dessen Telefonnummer man lange verlegt hatte. Drüben an den Containerterminals docken im Halbstundentakt vollbeladene Containerriesen an – so viele und so große wie nie zuvor. Elbabwärts entrollt sich die frisch aufgefädelt »Perlenkette« aus Edelrestaurants, Edellofts und Beach Clubs, vor denen sich an besseren Tagen die Edelkarossen stauen. Und hinter sich spürt man im Rücken eine Stadt, die derzeit vor Selbstvertrauen nur so strotzt.

Hamburg klotzt, die Zeiten des Kleckerns sind vorbei. Nach Jahrzehnten, in denen die Hansestadt in satter Selbstzufriedenheit dämmerte, entdeckt sie plötzlich die Erotik der Selbsterneuerung. Jetzt wird der Jungfernstieg aufgerüstet und der Neue Wall relaunched, die Messe vergrößert und der Flughafen erweitert, der Dom- und der Spielbudenplatz umgebaut und mit der Hafencity das ehrgeizigste Bauprojekt im Deutschland unserer Tage in Angriff genommen. Als ob das nicht genug wäre, gönnt sich die Hansestadt auch noch ein Auswanderer- und ein Schifffahrtsmuseum, ein neues Planetarium und ein Konzerthaus, das wie ein gestrandeter Ozeanriese auf einer Elbinsel thronen wird. Tourismus und Flughafen boomen, die Hafenwirtschaft wächst Jahr für Jahr zweistellig, Hamburg setzt an zum »Sprung über die Elbe« und plant eine Internationale Bauausstellung, die 2013 der Welt all das vorführen soll.

Es scheint, als habe man der altehrwürdigen Barkasse Hamburg plötzlich einen Hochleistungsmotor eingepflanzt. Über Urheber und Ursachen des überraschenden Überholmanövers wird allerlei gerätselt, spekuliert, theoretisiert. Seltsamerweise fällt dabei selten der Name Hans Modrow.

Ende Oktober 1989 reiste der damalige Bürgermeister Henning Voscherau in die Partnerstadt Dresden, wo er unter anderem mit dem Ersten Sekretär der SED-Bezirksleitung zusammentraf. Es war die Ära der Montagsdemos, historische Zeiten also, deshalb kann Voscherau sich noch exakt an das Gespräch erinnern. Hans Modrow habe zwei Stunden lang fast ohne Punkt und Komma über die Gerontokratie des Politbüros geklagt, die im Begriff sei, alles zu zerstören. Gebe man ihm zwei Jahre an der Parteispitze auf Gorbatschow-Kurs, dann »stünden die Massen wieder hinter der SED«.

ist es an ihnen solche Erfolgsgeschichte denkbar, sind wie bei den Marktmarken üblich die Rechte wurden das Geschäft mit den Stars und Sternchen von einem weltweiten Oligopol beherrscht, dessen Arbeitsweise in eine mächtige Sechsfangflotte erinnert: Auf Super-tarkegürtel hoch bezahlten Mannschaften landete unerschöpfliche Treibstoffvorräte der Kapitäne diese fünfsofgenannten Majors (Sony/Warner, BMW/EM und Uniqema) das Königtum des Uthens

Text Harald Willenbrock

In dem Moment, so Voscherau, »wurde mir klar, dass bei denen erkennbar Realitätsverlust herrschte. Das bedeutete: Die Mauer wird fallen, und mit ihr der Windschatten, in dem Hamburg jahrzehntelang selbstzufrieden gelebt hatte. Für uns hieß das, dass wir uns gewaltig verändern müssen.«

Vor Voscheraus Augen materialisierte sich in diesem Augenblick das Bild einer pulsierenden Hafenstadt, die als Handelsdrehscheibe das ganze wiedervereinte Mitteleuropa bedienen könnte. Zurück in Hamburg, begann der Bürgermeister für Elbvertiefung und vierte Elbtunnelröhre zu kämpfen, für ein neues Containerterminal in Altenwerder (heute das modernste der Welt), für die Erweiterung des in die Jahre gekommenen Flughafens und für das Geheimprojekt Hafencity. Er focht für eine Transrapidverbindung nach Berlin (und verlor) und setzte sich durch bei der Erweiterung des Airbus-Geländes.

Genützt hat es zunächst wenig. Bei der Wahl 1997 fuhr Voscherau das schlechteste Ergebnis in der SPD-Nachkriegsgeschichte ein, worauf der Bürgermeister entnervt seinen Rücktritt einreichte. Und statt der Hansestadt punktete erst einmal kräftig die neue Hauptstadt im Osten.

So lange die Mauer stand, galt Berlin den Hamburgern als eine Art entfernter, etwas spleeniger Verwandter. Jetzt aber entpuppte es sich als größerer Bruder, der immer die cooleren Klamotten, die aufregenderen Ideen und die interessanteren Freunde hat. »In Berlin kann man kreativ sein, in Hamburg wird man dafür bezahlt«, befand damals »Universal«-Chef Tim Renner und zog mitsamt 500 Mitarbeitern von der Hanse- in die Hauptstadt um. Die Demission von Hamburgs wichtigster Plattenfirma wirkte wie ein Fanal. Wenig später folgten die Redaktionen von »Welt am Sonntag« und »Bild.de« und wer in Hamburg irgendwie kreativ tätig war, musste sich immer öfter fragen lassen, warum er eigentlich »noch nicht« in Berlin sei.

Die Frage war durchaus berechtigt, denn angesichts der ungeheuren Strahlkraft Berlins wirkte Hamburg tatsächlich blass, bieder und borniert. Berlin rockte, Hamburg schmolte. Architektengrößen wie Helmut Jahn und Renzo Piano flogen in diesen Tagen »in großem Bogen um Hamburg herum, um in Berlin zu landen«, wie Hadi Teherani erinnert. Teherani, ein kleiner Mann mit großen Ideen, hat die Neunziger Jahre über in Hamburg Gebäude gebaut, die eigentlich als unmöglich galten: Den »Berliner Bogen« beispielsweise, ein Bürohaus, das sich mutige 140 Meter breit über ein Hochwasserbassin spreizt. Den »Deichtorcenter« genannten, überdimensionalen Glaskeil zwischen Hauptbahnhof und Speicherstadt, mit offenen Gärten hoch über der Straße. Derzeit plant der Architekt eine 750 Meter lange, mit Wohnungen bebaute Brücke über die Norderelbe, die Hamburgs Süden an die City docken könnte. Die »Living Bridge« ist ein Tagtraum von bislang ungekannten, erstaunlichen Dimensionen für Hamburg. Noch erstaunlicher aber ist, dass Stadt und Verwaltung das Projekt sogleich begeistert aufnahmen.

»Eigentlich sind die Hamburger traditionell sehr konservativ«, erklärt Teherani, der als Sechsjähriger mit seinen Eltern an die Elbe kam. »Es gibt hier Leute, die verzeihen es einem nicht, wenn man keinen Gürtel zur Hose trägt. Andererseits sind sie aber so weltoffen und weitgereist, dass sie erkennen, was wirklich gut ist. Und wenn sie es erkannt haben, dann setzen sie es auch durch.«

ist es an diesen solchen Erfolgsgeschichten kaum denkbar, sich Wie bestie in Marktmarkt über die in zählte würde das Geschäft mit den Staats  
und Sternchen, von einem Weltweiten Oligopol beherrscht, in dessen Arbeitsweise in eine mächtige Sechsfangflotte erinnert. Auf Super-  
tärke und hoch bezahlten Mannschaften und schied unschlagbar, freistoffvorräte der chpflöge diese fünfsofen an den Majors  
(Sony/Warner, BMG, EMI und Universal) das Königtum in der Welt

Text Harald Willenbrock

Einer dieser Augenöffner-Momente fiel zusammen mit Hamburgs Bewerbung um die Sommerolympiade 2012. Allein die Vorstellung eines solchen Großereignisses reichte aus, um in der Stadt Kräfte freizusetzen, die niemand in ihr vermutet hätte, zuallerletzt sie selbst. Unternehmen, Kaufleute, Bürger, Vereine und Senat waren gemeinsam »Feuer und Flamme für Hamburg« (so der Slogan der Hamburger Olympiakampagne), machten Flächen für Sportstätten frei, schmiedeten Pläne, mobilisierten Unterstützer. »Noch so eine Hamburger Besonderheit«, merkt Henning Voscherau an, »Hamburg ist ja eine Kaufmannsstadt. Das heißt: Wenn sich hier etwas rechnet, dann wird es gegen alle Widerstände auch gemacht. In Hamburg sind daher immer Dinge möglich, die anderswo unmöglich wären.« Als beispielsweise in den 1880ern Lagerplätze am Hafen gebraucht wurden, siedelten die Hamburger kurzerhand 20.000 Bewohner der Elbinseln um und machten so den Weg frei für den Bau der Speicherstadt. Heute, wo der Hafen die citynahen Flächen nicht mehr benötigt, könnte die Siedlungsbewegung wieder retour gehen. Ganz en passant hatten die Hamburger mit der Olympiabewerbung nämlich ihren vernachlässigten Süden wieder entdeckt, wo unglaublich schöne Plätze am Wasser warten – die bislang nur kaum jemand wahrgenommen hatte, weil »für viele Hamburger südlich der Elbe ja bereits der Balkan beginnt« (Ole von Beust). Jetzt aber sieht es so aus, als könnte Hamburgs Herz wieder heim an die Elbe rücken.

»Wir haben damals gespürt, was hier alles möglich wäre«, sinniert Voscheraus Nach-Nachfolger auf dem Bürgermeisterposten, »Olympia war letztlich der Auslöser, auch wenn wir es nicht geschafft haben.« Nachdem am 12. April 2003 in München die Olympia-Entscheidung gegen Hamburg bekanntgegeben worden war, machte sich der Bürgermeister deprimiert auf den Rückweg. Kurz vor der Landung aber drehte der Pilot der Lufthansa-Linienmaschine noch eine Ehrenrunde über der Hamburger Innenstadt, um die niedergeschlagene hanseatische Delegation zu trösten. »Von da oben konnten wir die Stadt noch einmal in voller Schönheit sehen«, erinnert sich Hamburgs Stadtoberhaupt wehmütig, »da haben wir uns alle gesagt: Verflucht noch mal, das kann's doch jetzt nicht gewesen sein.«

Und das war's auch noch lange nicht. Von Beust und seine CDU, die seit 2004 mit dem Luxus einer absoluten Mehrheit regieren, setzten kurzerhand zu einem Befreiungsschlag an. In einer Zeit bankrotter Gemeinden und schrumpfender Bevölkerungszahlen setzten sie auf Voscheraus Erneuerungsbewegung noch einen drauf und erklärten Hamburg keck zur »Wachsenden Stadt«. Kürzten die laufenden Ausgaben für Schulen, Bücherhallen und Frauenhäuser und stopften das Geld in einen gigantischen Investitionsplan, von dem vor allem Forschung und Hamburgs größter Arbeitgeber, der Hafen, profitieren sollen. Lockten Architekten wie Philipp Starck und Rem Koolhaas nach Hamburg. Ihr Kalkül: Große Namen und große Projekte sorgen für große Aufmerksamkeit. Große Aufmerksamkeit wiederum sorgt für Besucher, Bauträger, Business und Bürger, und all das braucht Hamburg, wenn es in Bewegung bleiben will. Es ist nichts Anderes als eine self-fulfilling prophecy, deren Erfolg voraussetzt, dass alle fest an sie glauben. Es ist der Versuch, »dynamische Prozesse zu erzeugen, indem man ihnen einen Raum und eine architektonische Form gibt«, wie Hamburgs Oberbaudirektor Jörn Walter erklärt. »Im Zeitalter der Globalisierung kann es sich keine Stadt mehr leisten, nicht dynamisch zu sein. Es gibt heute keinen Stillstand mehr. Wer nicht zu den Gewinnern zählt, gehört zu den Verlierern.«

ist es an ihnen solche Erfolgsgeschichte kaum denkbar, sind wie bei den Marktmarken überdimensionale Würde das Geschäft mit den Stars und Sternchen von einem weltweiten Oligopol beherrscht, dessen Arbeitsweise an eine mächtige Sechsfangflotte erinnert: Auf Super-tankern mit hochbezahlten Mannschaften und schier unerschöpflichen Treibstoffvorräten durchpflügen diese fünf Giganten die Majors (Sony/Warner, BMG, EMI und Universal) das Königtum des Ufens.

Text Harald Willenbrock

Und weil das so ist, versucht heute von Valencia bis Shanghai jede einigermaßen ambitionierte Metropole, sich ein möglichst anziehungsstarkes architektonisches Denkmal zu setzen. Stadtplaner sprechen bereits vom »Bilbao-Effekt«, weil die baskische Industriestadt die erste war, die sich mit einem aufsehenerregenden Bauwerk – Frank Gehrys stahlverschachteltem Guggenheim Museum – wieder einen Platz auf der Karte internationaler Wahrnehmung erspielt hat.

Hamburgs diesbezügliche Hoffnungen ruhen auf der Elbphilharmonie, einem spektakulären 2.200 Zuschauer-Tempel, von dem ehrlicherweise niemand sagen kann, ob er nicht eines Tages doch als »überdimensioniertes Renommierprojekt« (»Süddeutsche Zeitung«) endet. Kritiker weisen darauf hin, dass Hamburg bereits über eine etablierte klassische Konzerthalle, aber weder ein erstklassiges Orchester noch über ein ausreichend großes Klassikpublikum verfüge, um all diese Konzerthäuser zu füllen. Und doch ist die Philharmonie ein gutes Beispiel dafür, dass hier manches anders läuft als anderswo. Hamburg ist nämlich nicht nur das Bundesland mit der dritthöchsten Pro-Kopf-Verschuldung, sondern mit 950 privaten Stiftungen gleichzeitig auch die Stiftungshauptstadt Deutschlands. Will heißen: In der Stadt steckt ein enormer Reichtum, gepaart mit Bürgersinn. Beides wurzelt in der Tradition der republikanischen Kaufmannsstadt, schließlich wurde »alles, was in Hamburg gebaut wurde, von erfolgreichen Kaufleuten gebaut. Und die Kaufleute waren erfolgreich, weil die Arbeiter für sie gearbeitet haben«, wie der Bürgermeister erklärt. »Deshalb gibt es auch bei denen, die nicht auf der Sonnenseite leben, einen kollektiven Stolz auf den Erfolg des Ganzen.«

Jene auf der Sonnenseite wiederum sind nicht nur stolz, sondern traditionell spendabel. Mitunter kommt es vor, dass jemand im Rathaus anruft mit der Frage, für welches Projekt in der Stadt er denn bitteschön am sinnvollsten ein paar Millionen spenden könne. Kürzlich war mal wieder der Bauunternehmer Helmut Greve in der Leitung, dem von Beust das noch nicht einmal beschlossene Projekt Elbphilharmonie ans Herz legte. Greve versprach 30 Millionen Euro, Versandhauskönig Michael Otto legte weitere zehn Millionen drauf, Privatleute und Firmen spendierten noch einmal fünf Millionen. Bevor die Sponsorenkampagne überhaupt begonnen hatte, hatten die Hanseaten auf diese Weise 45 Millionen Euro beisammen und »Hamburgs kultureller Magnet mit internationaler Ausstrahlung« (Karin von Welck, Kultursenatorin) konnte in Angriff genommen werden.

Jener mächtige Motor, der Hamburg heute auf Touren bringt, ist denn auch keineswegs neu. Die drei großen W's, die sie auszeichnen – Weltoffenheit, die Menschen und Ideen in die Stadt zieht; Wirtschaft, die mit kühlem kaufmännischen Kalkül diese Ideen ins Leben bringt; und das Wasser, das der Stadt Arbeit und ein einzigartiges Flair verschafft – trug die Stadt schon immer in sich. Sie musste sie nur wieder neu entdecken.

Und seit sie das tut, entdecken auch die Menschen Hamburg neu. Über 10.000 Neubürger lockt die Stadt derzeit jährlich netto an, und wenn man Stadttheoretikern glaubt, ist das durchaus kein Zufall, sondern Trend. »Studenten, Singles, Geschiedene, Senioren – für all diese Bevölkerungsgruppen hat eine Stadt heute weit mehr zu bieten als das Leben auf dem Lande«, sagt der Architekt Richard Rogers, der schon lange eine Renaissance des Urbanen prophezeit. Allein für jungen Familien hat Hamburg wenig zu bieten – zu teuer sind große Wohnungen, zu unerschwinglich ein Stückchen Grün, zu lückenhaft immer noch die Angebote für Kinderbetreuung. Rund 6.000 Bürger, die meisten von ihnen Mittelverdiener mit jungen Kindern, verliert die Stadt

ist es an ihnen solche Erfolgsgeschichte kaum denkbar, sind. Wie bestie im Marktmarkt über die Kontrolle würde das Geschäft mit den Staats  
und Sternchen, von einem weltweiten Oligopol beherrscht, in dieser Arbeitsweise in eine mächtige Sechsfangflotte erinnert. Auf Super-  
tärke und hoch bezahlten Mannschaften und schied unerschöpflichen Treibstoffvorräte der Kpflöge diese fünfsofenannten Majors  
(Sony, Warner, BMG, EMI und Universal) das Königtum des Uthet

Text Harald Willenbrock

daher Jahr für Jahr an den grünen, günstigeren Speckgürtel, der sie umgibt.

Für alle Anderen aber ist die Hansestadt im Zeitalter der Landflucht ein bevorzugtes Ziel. Hochrechnungen Kölner Wirtschaftsforscher zufolge dürfte Hamburgs Bevölkerung bis 2020 um sieben Prozent wachsen, während beispielsweise jene Berlins stark schrumpfen soll. 2040 könnten sogar mehr als zwei Millionen Menschen in der Hansestadt leben, was einem Plus von 16 Prozent entspräche und die Experten bange fragen lässt, »ob ein derartiger Bevölkerungszuwachs überhaupt zu verkraften wäre oder ob unter Umständen sogar gegensteuernde Maßnahmen notwendig wären.«

Dabei geht es der Stadt nicht ums nackte Wachstum. Es geht vielmehr um einen qualitativen Quantensprung, genauer: um die »creative class«, wie Richard Florida sie getauft hat. Florida, Politikwissenschaftler an der Universität Washington, hat vor einiger Zeit am Beispiel von US-Städten zu entschlüsseln versucht, warum manche Regionen wachsen und prosperieren, während andere scheinbar haltlos schrumpfen und verfallen. Seine These: Nicht Firmen oder hochkarätige Bildungseinrichtungen sind es, die Städte heute ökonomisch zur Blüte bringen. Im Wissenszeitalter zählt vielmehr ihre Anziehungskraft auf Forscher und Ingenieure, Juristen und Finanzmakler, Künstler und Kreative – jene Kopfarbeiter also, die mit Wissen und Phantasie die wertvollsten Rohstoffe unserer Zeit in sich tragen. Und diese »creative class«, so Florida, siedle nun einmal bevorzugt dort, wo sie ein Klima von Offenheit, Vielfalt und Kreativität vorfände. Der Anteil Homosexueller an einer Stadtbevölkerung sei daher ein ziemlich guter Indikator für wirtschaftliche Potential eines Standorts, weil gerade für diese Bevölkerungsgruppe Toleranz besonders zähle: »Je mehr Schwule, desto erfolgreicher ist meist auch die Stadt«.

So gesehen, ist Corny Littmann ein erstklassiger Standortfaktor. Der 53-jährige dient nicht nur dem Hurra-Fußballclub 1. FC St. Pauli als Präsident, sondern ist auch bekennender Schwuler und ein begnadeter Theatermacher. 350.000 Besucher strömen jedes Jahr in sein »Schmidt-Theater« und das Schwesterhaus »Schmidts Tivoli« an der Reeperbahn – Kultstätten des Quatschs, auf deren Bühnen Comedians wie Lilo Wanders, Marlene Jaschke und Tim Fischer groß geworden sind. »In Berlin wäre so etwas wie das »Schmidts« unmöglich«, glaubt Littmann, »dort ist man entweder in oder man ist gnadenlos out. Hier in Hamburg aber können wir experimentieren, ohne dass es einem die Leute gleich übel nehmen, wenn man mal danebenliegt.« Vor allem sei die Stadt schlau genug, um zu wissen, was sie an ihrem Kiez habe. »Zum Wachsen brauchen wir vermutlich einen Größenwahn wie die Hafencity«, meint Littmann, »aber wir brauchen genauso St. Georg und die Schanze, St. Pauli und die Reeperbahn – Viertel, die sich ungehindert auf ihre eigene Art entwickeln können.«

Ohne dieses hanseatische Prinzip vom »Leben und Leben lassen« wären auch Oliver Voss und Niklas Frings-Rupp heute nicht in Hamburg, sondern irgendwo weit weg in Metropolistan. Knapp drei Jahre ist es her, dass die beiden Top-Werber, die für Agenturen in Amsterdam, London und Paris gearbeitet hatten, über einer Europakarte gebeugt zusammensaßen. Voss und Frings-Rupp planten eine Dependance der renommierten Werberuni »Miami Ad School« auf dem europäischen Kontinent. Aber wo bloß? London – viel zu teuer zum Leben. Amsterdam – nett, aber ohne das Cluster aus Unternehmen drumherum, das Werber als potentielle Auftraggeber benötigen. Berlin – werbemäßig einfach zu unbedeutend. Was blieb, war Hamburg.

Die ersten sind solche Erfolgsgeschichten, kaum denkbar, sind. Wie bestie im Marktmarkt über die Rechte würde das Geschäft mit den Stars  
und Sternchen, von einem weltweiten Oligopol beherrscht, in dieser Arbeitsweise in eine mächtige Sechsfangflotte erinnert. Auf Super-  
tärke und hoch bezahlten Mannschaften und schied unerschöpflichen Treibstoffvorräte durchpflügen diese fünfsofgenannten Majors  
(Sony/Warner, BMG, EMI und Universal) das Königtum des Uferteils

Text Harald Willenbrock

Sechs Monate später rückten die ersten Werbeschüler in der Finkenau ein, einer ehemaligen Frauenklinik, in der die Ad School schließlich ihr europäisches Hauptquartier fand. 70 Nachwuchs-Werber aus 18 Nationen entwerfen dort Ideen und Kampagnen, die mittlerweile mit einer rekordverdächtigen Zahl an Auszeichnungen belohnt wurden. Bronzene Cannes-Löwen, Clios, iF-Awards und ADC-Urkunden drängeln sich auf einem Regalmeter im Büro der beiden Schulleiter, die von ihrer neuen Heimat schwärmen, als handele es sich um einen gut zahlenden Kunden. »Die Stadt verfügt über alle Vorteile einer Metropole, ohne unübersichtlich zu sein« begeistert sich Frings-Rupp, »Was toll ist: In Hamburg kann man auch mit relativ wenig Geld noch zentral leben. Alles lässt sich per Fahrrad erreichen.« Und Voss ergänzt: »Es ist nicht so ein ständiger Kampf wie in London oder New York. Hamburg ist nicht so brüllaffenmäßig unterwegs. Und das bedeutet, dass man hier seinen Kampfgeist auf den Job konzentrieren kann.«

Mit anderen Worten: Hamburg ist klein genug, um wieder groß zu sein. Das Trendmagazin »Wallpaper« rief die Elbmetropole bereits zu »Germany's creative capital« aus, die Stadt vibriert wieder und verfügt neuerdings sogar über eine eigene Hymne. Verfasst hat sie Lotto King Karl, noch so ein Hamburger Neuzeit-Phänomen, das vor zehn Jahren undenkbar gewesen wäre. Der Mann kommt aus Barmbek, lebt in Winterhude, war mal Gabelstablerfahrer und ist heute für Hamburg das, was BAP einst für Köln waren. Sensationelle elf Mal haben Lotto King Karl und seine »Barmbek Dream Boys« das Stadtpark-Open Air gefüllt, drei Mal die »Color Line Arena« mit 14.000 Plätzen ausverkauft. Und nicht nur dem 38-jährigen Ausnahmemusiker wird heute manchmal schwindlig angesichts dessen, »was hier in der Stadt plötzlich abgeht.«

Fünf Jahre ist es her, dass Lotto King Karl ein Lied geschrieben hat mit dem Titel »Hamburg meine Perle« und Zeilen, die sich auf »Home Sweet Home« und »Du wunderschöne Stadt« reimen. Fünf Jahre lang hat er es jedes Mal vor den Heimspielen des HSV gesungen, dem er im Nebenberuf als Stadionsprecher dient. Fünf Jahre brauchte das Lied, um groß zu werden, weil die Hamburger so lange brauchten, um an ihre neue Größe zu glauben. Heute aber passt es. Heute reichen die ersten Akkorde, um ein paar zehntausend Kehlen »Du bist die Stadt, auf die ich kann« mitgröhlen zu lassen und sich – noch eine Neuheit – mal ganz unhanseatisch selbst zu feiern.

Glaubt man Lotto, dann war die Zeit dafür einfach überreif. »In Hamburg«, erklärt er, »halten wir ja traditionell den Ball flach. Aber jetzt ist einfach mal Schluss mit falscher Bescheidenheit.«

HARALD WILLENBROCK