

DREHBERICHT

## Der Lübeck-Clan

Filmen ist ein schmutziges Geschäft. Wer dieser Tage nach Lübeck fährt, wo gerade Thomas Manns „Buddenbrooks“ abgedreht werden, dem begegnen in den Gassen des strukturschwachen Hansestädtchens zerlumpte Gestalten mit dreckigen Fingernägeln und verschmierten Gesichtern. „Alle armen Leute bitte wieder in den Hof“, ruft die Set-Anweiserin, und das Filmprekariat kriecht klaglos durch einen engen Gang in den Hinterhof, wo Regisseur Heinrich Breloer gleich den kuchensüchtigen Diabetiker Senator Möllendorpf mit einer Torte zu Tode bringen wird. In sicherer Entfernung sitzt mit Reifrock und Strohhut die Schauspielerin Jessica Schwarz alias Tony Buddenbrook und rümpft die Nase über den „echt krassen Kräuterquall“, der aus der Grube dringt. Doch nicht nur den Schauspielern, auch den Anwohnern nötigt der Dreh einiges ab. Straßenzüge werden gesperrt, Verkehrsschilder, Lampen, Blitzableiter entfernt.

Der Bürgermeister hat die Einheimischen um Verständnis für den ganzen Aufwand gebeten. Die 15-Millionen-Euro-Produktion ist für seine Stadt ein gutes Geschäft. Bei einer Arbeitslosen-

quote von fast 13 Prozent und 484 Millionen Euro Schulden können die Lübecker Aufmunterung gebrauchen. Breloer hat angedeutet, dass er die Geschichte der Kaufmannsfamilie Buddenbrook nicht nur als Verfallssaga erzählen, sondern ihre Konkurrenten, die Hagenströms, als Modernisierungsgewinner darstellen will. Thomas Manns Familienroman als neoliberaler Wirtschaftskrimi, eine Art „Buddenbrook-Clan“ fürs globalisierte 21. Jahrhundert? Man weiß es nicht, denn das undurchsichtige Geschäftsgebaren der mit der PR betrauten Agentur boxfish erinnert eher an die Getreidezockereien aus der „Buddenbrooks“-Zeit. Immerhin: Breloers Befürchtung, dass ihrer Nachtruhe beraubte Lübecker „die Nachttöpfe über uns ausgießen“, erwies sich als unbegründet. Das liege möglicherweise daran, sagt der Bürgermeister, dass die wenigsten noch welche auf Lager haben. Breloer sollte sich an den weisen Rat eines alten Buddenbrook erinnern: „Mein Sohn, sey mit Lust bey den Geschäften am Tage, aber mache nur solche, dass wir bey Nacht ruhig schlafen können.“ MALTE HERWIG



„Buddenbrooks“-Darsteller



KUNSTMESSEN

## „Neuer Markt“

Messegründer Lorenzo Rudolf, 48, über seine neue Verkaufsschau für Gegenwartskunst in Shanghai

**SPIEGEL:** Herr Rudolf, Sie haben früher die Messe Art Basel geleitet und deren legendären Ableger in Miami erfunden. Von London bis Dubai haben sich ähnliche Marktplätze etabliert. Am 6. September feiert Ihre „ShContemporary“ in Shanghai Premiere. Braucht die Welt noch eine Verkaufsschau für Kunst?

**Rudolf:** Wir haben tatsächlich zu viele Kunstmessen. Überall präsentieren dieselben Galerien dieselben Künstler mit der immer gleichen Kunst. In Shanghai bieten wir eine neue Plattform, etwas,

das sich unterscheidet. Die Kunstwelt hat sich verändert, es zählt nicht allein der Geschmack des Westens.

**SPIEGEL:** Kunst aus China wird auch auf New Yorker Auktionen angeboten. Sie und Ihre Mitinitiatoren sind Europäer. Worin besteht denn der Unterschied?

**Rudolf:** Asien boomt ökonomisch und künstlerisch. Wir zeigen die Vielfalt dieser Kunst und nicht nur das, was in Mode ist. Die Galeristen – darunter sind auch westliche – dürfen nicht einfach irgendetwas mitbringen. Sie mussten sich mit regelrechten Kunstprojekten bewerben.

**SPIEGEL:** Setzen Sie auf den Nachholbedarf asiatischer Sammler oder auf den globalen Kunst-Jetset?

**Rudolf:** Natürlich haben wir auch die internationalen Sammler im Auge. Wir wollen aber genauso das kunstinteressierte asiatische Publikum begeistern. Außerdem reizt es uns, eine neue Käuferschicht aus Asien zu gewinnen, die gebildet und wohl-



Gemälde der

POP

## Regnende Kalaschnikows

Das zweite Album der britischen Popsängerin M.I.A. (nicht zu verwechseln mit der lustigen Elektropop-Gruppe Mia aus Berlin) scheint wie gemacht für die engagierten Feuilletons des 3sat-Formats „Kulturzeit“: Weil die US-Einwanderungsbehörde der 30-jährigen Musikerin, die in London und Sri Lanka aufgewachsen ist, die Einreise in die USA und damit die Zusammenarbeit mit dem Produzenten Tim-

bald untersagte (M.I.A.s Vater ist Mitbegründer einer tamilischen Befreiungsgruppe, US-Grenzer mögen keine Terroristen), begab sich die Sängerin auf eine einjährige Entdeckungsreise. In Jamaika, Trinidad, Australien, Afrika und Indien studierte sie Alltag und revolutionäres Potential der Menschen, die jenseits der Kettenhotels und touristischen Zentren leben, und brachte jede Menge fremd klingender Samples und Sounds mit, die sie mit Sprechgesang und aggressiven Beats zu einer modernen Form von Weltmusik vermischt. Wie sein Vorgänger „Arular“ (2005) sieht das neue Album „Kala“ hübsch bunt aus: Es regnet Kalaschnikows, um das Kontext der Sängerin läuft der Slogan „Fight on!“.

Der Zauber von „Kala“ aber liegt darin, dass es nicht nur wunderbar engagiert klingt, sondern auch politisch desinteressierte Teenager dazu wunderbar tanzen können. M.I.A. sagt: „Hört auf, über die Dritte Welt zu quatschen. Fahrt hin, und macht euch euer eigenes Bild.“ Wow! Fazit: Ein grandioses Popalbum kommt auch ohne gute Geschichte aus.



M.I.A.

JANETTE BECKMANN