

THEATER

Wunder an der Waterkant

Andernorts tobt derzeit ein heftiger Kampf um die Zukunft der örtlichen Bühnen. In Bremerhaven jedoch hat sich die von Arbeitslosigkeit geplagte, klamme Kommune aufgerafft, ihr traditionsreiches Stadttheater vor dem Niedergang zu bewahren. 1911 gebaut und nach dem Krieg 1952 wieder errichtet, war das Gebäude baufällig geworden. Fischköpfe in der Stadtverwaltung erwogen schon, das Haus zu schließen. Doch sie hatten nicht mit Intendant Peter Grisebach, 47, gerechnet. In mühevoller Überzeugungsar-



Grisebach

beit trichterte er Bürgern, Politikern und Geschäftsleuten der Stadt an der Waterkant die Botschaft ein: Bremerhaven braucht sein Theater. Das Ergebnis der Kampagne: Das Haus wurde für mehr als 60 Millionen Mark saniert, alle Sparten bleiben erhalten, und Weihnachten ist Bescherung. Dann wird „das Wunder von Bremerhaven“ (Grisebach) mit Verdis Oper „Attila“ festlich begangen.

POP

Weichspüler fürs Ohr

Gute Werbung ist dem so genannten Zeitgeist immer eine Zigarettenlänge voraus; das war schon so, als Werbung noch Reklame hieß. Damals kannte der Fortschrittsglaube keine Grenzen, und entsprechend klang auch die Musik der Werbespots: fröhlich-optimistisch, nach Freizeit und Abenteuer, eine wilde Mischung aus Pop, Jazz und Schlager. Heute veredeln Werbeprofis ihre Spots für Kaffee und Versicherungen gern mit altherwürdiger Klassik, und die Reklamehits von einst gerieten in Vergessenheit. Doch jetzt haben im Sog der Easy-Listening-Welle zwei deutsche DJs einige Schätze von damals gehoben und neu veröffentlicht: Die CD „Popshopping“ (Crippled Dick Hot Wax/EFA) bietet skurrile Werbemelodien aus den sechziger und siebziger Jahren, die noch immer wie Weichspüler fürs Ohr wirken. Klaus Doldinger etwa dudelte für Seife („Wild Freshness“), Gert Wilden komponierte für Küchengeräte („Moulinex“), Christian Bruhn kümmerte sich um die Promille-Freunde („Der Hansa-Pils-Hit“). Doch „Popshopping“ bringt auch Erkenntnisse über subtilere Methoden: So werben die „Variationen K'71“ für einen Chemiekonzern – mit den Tönen B, A, Es und F.



CD-Cover



Filmszene aus „Brendan trifft Trudy“

rer, der seine Abende vor dem Videorecorder verbringt, um von John Wayne zu lernen, wie man einen großen Auftritt hinlegt. Erst als er die tempera-

mentvolle Trudy kennen lernt, gerät Brendans Leben in Wallung – und prompt durchlebt er lauter große Szenen der Filmgeschichte, von „Außer Atem“ bis „Sunset Boulevard“. Auch die Handlung – zu ungleichen Teilen Liebesgeschichte, Lustspiel und Krimi – kann das Gefühl nicht zerstreuen, statt eines Films (Regie: Kieron J. Walsh) bloß den Zettelkasten eines Leinwandliebhabers vorgeführt zu bekommen.

Am Rande

Deutscher wohnen

Die Idee ist nicht neu. Man nehme ein Produkt und gebe ihm einen prominenten Namen: Mozart-Kugel, Schiller-Locke, Bismarck-Hering. Oder Stalin-Orgel, Molotow-Cocktail und Granat-Apfel. So entstehen Begriffe, oder wie die Amis sagen: „household names“. Jetzt hat ein



Möbelhändler in Hildesheim die Methode für seine Zwecke adaptiert. Er bietet eine Polstergarnitur mit dem Namen „Adolf“, eine Anbauwand „Rommel“, eine Kommode „Paulus“ (so hieß der Chef der 6. Armee) und eine Eckbank „National“ an. Und schon regen sich alle auf. „Volksverhetzung!“, ruft die Jüdische Gemeinde, „unverschämte Provokation“, finden die Grünen, „absolut geschmacklos“, empört sich der CDU-Oberbürgermeister. Nur der zuständige Staatsanwalt bleibt cool: „Solange man ein Kind Adolf nennen darf, darf man auch Möbel so nennen.“

Man darf nicht, man muss. Manche deutsche Wohnzimmer haben den eisigen Charme eines Unterstands, in den meisten Küchen wird gegessen, was auf den Tisch kommt, und wenn es der Eintopf von vorgestern ist. Da stellen Möbelstücke, die „Adolf“ und „National“ heißen, nur die Einheit von Form und Inhalt her. Fehlt bloß noch ein Etagenbett, das „Wolfsschanze“ heißt, und ein Kühlschrank namens „Stalingrad“. Solche Household-Names wären auch ein praktischer Beitrag „Gegen das Vergessen!“, Erinnerungsarbeit in den eigenen vier Wänden. Wer in Deutschland lebt, soll auch deutsch wohnen. Es muss nicht immer „Billy“ sein.