

[Der folgende Beitrag erschien zuerst am 10.05.2011 in unserer Vorläuferpublikation „Rainer’sche Post“; wir bringen ihn hier unverändert.] **Lesestück** • Man soll ja über Tote nicht schlecht reden. Insofern soll hier nicht so viel vom im Mai 2008 verstorbenen OB Joachim Erwin die Rede sein, sondern nur von seiner Entourage, die in Düsseldorf immer noch gern die „Erwinista“ genannt wird. Und von seinem Nachfolger, dem OB, den sie hier wegen seines freundlichen Wesens „Onkel Dirk“ oder wegen seines Jobs als Immobilienverwalter des Adels „Hausmeister Elbers“ nennen. OB Erwin war, das darf man wohl so sagen, größenwahnsinnig und hatte seinen Machiavelli gut studiert. So hinterließ er jede Menge merkwürdige Bauten, die vorwiegend von rechten Winkeln (Ausnahme: der Dome in Rath) gezeichnet, also hässlich (Bilker Arkaden, Mehrzweckarena) sind. Außerdem ein Klima der Einschüchterung und einen nicht sehr guten Ruf der Stadt in Deutschland und der Welt.

[Lesezeit ca. 7 min]

Wie bitte? werden nun Leute einwenden, der Erwin, der hat doch die Stadt entschuldigt, der Fortuna das Leben gerettet und vor allem Düsseldorf als Wirtschaftsstandort weltberühmt gemacht! Nichts davon stimmt so richtig. Die viel zitierte Entschuldigung wurde durch das Verticken des Tafelsilbers (RWE-Aktienpakete) erreicht, die Fortuna wurde vor allem durch ihre Fans gerettet, und das Erblühen des Wirtschaftsstandorts Düsseldorf bringt seinen Bewohner hauptsächlich Baustellen und steigende Preise. Tatsächlich haben die überaus peinliche und gescheiterte Olympia-Bewerbung zu Beginn des Jahrtausends sowie der völlig in die Hose gegangene Versuch, die Fußball-WM nach Düsseldorf zu locken, der Stadt einen Berg neuer Ressentiments eingetragen. Aber den Ort immerhin in die weltweiten Wohnort-Charts für Besserverdiener gebracht.

Nach dem Tode des OB Erwin kam der Elbers, der auch tatsächlich Teile der Erwinista entsorgte und einen neuen, bescheidenen und freundlichen Politikstil einführte. Die Reste der Erwinista – vor allem die ehemalige linke und rechte Hand des OB – verschanzten sich in den Fachbereichen Sport und Tourismus. Denn Erwin hatte ja Düsseldorf zur Sportstadt ernannt, was zu erheblichen Subventionen in irrwitzige Projekte wie ein aus Leverkusen angelocktes Profi-Basketballteam und die dazu aufgehübschte Halle (Burg-Wächter Castello) führte. Zu Lebzeiten hatten Erwin & Konsorten zum Beispiel dafür gesorgt, dass am Rheinufer jährlich Skilanglauf auf Weltcup-Niveau vorgeführt wird – natürlich auf Kunstschnee, der mit immensem Energieaufwand in der Skihalle Neuss erzeugt und dann mit stinkenden Lastern in die Stadt gekarrt wird.

Außerdem ließ er die Deutsche Tourenwagenmeisterschaft (DTM) ein paar Jahre lang im April Saisoneneröffnung auf der Kö feiern. Das brachte nicht nur Krach und Gestank in den Ort, sondern auch Tausende Möchtegern-Schumis aus sinnlosen Orten wie Bergheim bei Köln... Auch der Düsseldorf-Marathon und diverse Dauerläufe, für die sich in der Stadt keine Sau interessiert, sind auf dem erwinistischen Mist gewachsen.

Was Eigenes für Onkel Dirk

Nur der Onkel Dirk, der hatte bisher nix Eigenes. Als nun im vergangenen Jahr ein hannöversches Jungmädchen durch halbgares Trällern Weltmeisterin im Schlagern wurde und ihr, ähem, väterlicher Freund, ein gewisser Sebastian Rabe (oder so...) verkündete, die Lena würde ihren Titel verteidigen, da wachte der Elbers auf und bewarb sich um die Austragung des European Song Contest in Düsseldorf. Da weder Hannover noch Berlin passende Tempel hatten, bekam er sogar den Zuschlag. Übrigens: Die Bewerbung und der zugehörige Etat von mindestens 13 Millionen Steuergeldern wurden vom OB quasi eigenhändig geschnitzt. Gefragt wurde niemand, geplant war nichts. Die Tatsache, dass in Stockum ein messehallenförmiges Fußballstadion steht, musste reichen.

Kaum hatte der NDR den Zuschlag erteilt, rief Hausmeister Elbers ein Expertenteam zusammen. Die sich darin befindlichen Marketings- und vor allem PR-Fuzzis und -Tussen errechneten flugs einen Werbewert in Höhe von 200 Millionen Euro. So hatte sich der OB das vorgestellt, und alle Klarheiten waren beseitigt. Der finanzielle Alleingang wurde dann auch noch nachträglich abgesegnet. Da der ESC-Tross die Halle aber schon sechs Wochen vor Sendung brauchte, schmiss man den Hauptmieter, die Fortuna, kurzerhand raus.

Um die Fans einigermaßen ruhigzustellen, ließ man verlauten, man würden das altehrwürdige Paul-Janes-Stadion, das eigentliche Wohnzimmer der Fortuna, für drei Heimspiele zweitligagerecht ausbauen. Wer Hirn hatte, wusste, dass das nicht gehen würde. So meldete der Verein denn beim DFB auch an, man würde nach Bochum ins Ruhrstadion ausweichen. Blöd nur, dass niemand die Stadt Bochum und/oder den Verein VfL Bochum gefragt hatte... Im Hintergrund wurde fieberhaft an einer Lösung gearbeitet. Und dann kam der Knüller: Für Gesamtkosten von deutlich mehr als drei Millionen ließ man die bekannte Firma Nüssli ein Stahlrohrbehelfsstadion auf dem Trainingsgelände hinter der Arena bauen. Die Zustimmung der Fortuna erkaufte man sich mit einer Entschädigung für entgangene Einnahmen in Höhe von 500.000 Euro.

Geld spielt keine Rolle

Geld spielte keine Rolle, Kompetenz aber anscheinend auch nicht. Da die Veranstaltung Chefsache war, hatte der Chef auch überall seine Finger drin. Nun mag man ja Positives in Menge über Dirk Elbers berichten, das Organisieren von Großveranstaltungen gehört sicher nicht zu seinen Kernkompetenzen. Überhaupt ist nichts an ihm groß außer seiner Körperlänge und mit zunehmender Amtszeit sein Bauchumfang. Und das wird es gewesen sein, was ihn so wurmte. Dass er immer im Schatten des überlebensgroßen Erwin stehen würde, dass er in dessen viel zu großen Schuhen herumtatschen müsste, da er dessen Größenwahn einfach nicht würde toppen können. Das wird es gewesen sein, was ihn dazu getrieben hat, Düsseldorf den ESC an den Hals zu hängen.

Und weil er schlau ist, hat der Onkel Dirk zwei Experten angeheuert. Unter anderem **Ralf Zilligen**, Chef der Düsseldorfer Agentur Arthur Schlovsky, der nach Aussagen von Insidern immerhin 40.000 Euro kassierte. Dafür sollte er ein kreatives Rahmenprogramm erzeugen, für das schon im November 2010 ein Ideenwettbewerb ausgerufen worden war. Die nämlichen Insider wissen zu berichten, dass die Zahl der Vorschläge aus Bürgerkreisen überschaubar, deren Qualität aber durchweg unterirdisch gewesen sei. Also sollte Zilligen als Profi tätig werden. Der hatte aber wohl nicht mit der Macht der Erwinista und der Dickköpfigkeit des OB gerechnet und **stieg Anfang April aus**. Nach außen hin erkläre man seine Arbeit als erfolgreich beendet, und Zilligen – ganz Profi – gab an, er würde zum Thema nichts sagen. Nach und nach kam aber heraus, dass seine Vorschläge durchweg abgeschmettert und stattdessen „Ideen“ aus dem Umfeld der Düsseldorf Marketing & Tourismus (DMT) und dem OB-Büro akzeptiert wurden.

Dazu muss man wissen, dass es eine überaus enge Beziehung zwischen der Erwinista und dem Düsseldorfer Brauchtum gibt, personifiziert vor allem durch die Witwe Erwin als Vorturnerin eines Karnevalsmuseums und der Tochter Erwin, die als ehemalige Venetia (so nennt man hierzustadt die Karnevalsprinzessin...) im Winterbrauchtum aktiv ist. Der OB Elbers ist wiederum in Personalunion des hiesigen Schützenwesens. So kommt es, dass es am kommenden Samstag, dem ESC-Finaltag, einen kombinierten Schützen- und Karnevalsumzug geben wird – die Peinlichkeit dieses Unterfangens hat bereits im Vorfeld große Anerkennung gefunden.

Und weil es kein Rahmenprogramm gibt, hat man einfach alles, was nicht schnell genug NEIN

geschrien hat, mit dem Etikett ESC versehen. Ob nun Tenöre in der Tonhalle knödeln, oder ein Straßenfest vorm Shoppingcenter stattfindet, alles wird nun zum Teil des Rahmenprogramms erklärt.

Anschwellende Peinlichkeiten

Und damit da draußen in der Welt, die ja nun mit großen Augen auf diese Stadt starrt, nicht der Eindruck entsteht, den Bewohnern ginge der ganze Schlagerquark am Arsch vorbei, hat man Freiwillige rekrutiert, die blöde rote Pullover mit der Aufschrift „May I help you?“ tragen. Natürlich kriegen diese rund 500 Helfer wie auch die anderen Freiwilligen nichts für ihren Einsatz, denn es handelt sich schließlich um eine Kommerzveranstaltung, deren Zweck darin besteht, die Profite von Medienunternehmen zu maximieren.

Und so nimmt es nicht weiter wunder, dass die Stadt Düsseldorf den Unternehmen, die den ESC irgendwie sponsern, Privilegien jenseits aller Grenzen einräumt. So darf die Haarkram-Marke Schwarzkopf vier Wochen lang einen zweistöckigen Reklamecontainer auf der Grünfläche des Graf-Adolf-Platzes aufbauen, ohne dass zumindest das Gartenamt befragt wurde, ob die Fläche durch die schwere Konstruktion nicht Schaden nimmt. Wie der Namenssponsor der Arena, die Modebude Esprit, dafür entschädigt wird, dass ihr Name fast sechs Wochen lang getilgt wurde, ist unbekannt. Übrigens: Für mehr als einen Eurovision-Schriftzug an der Außenhaut der Arena hat's nicht gereicht: Nur die südwestliche Ecke ist so bepinselt; an den anderen drei Ecken hat man den Esprit-Schriftzug einfach rot übermalt...

Die erste große und weltweit wahrgenommene Peinlichkeit wurde dann Ende April sichtbar:

Peinliche Druckfehler in ESC-Broschüre – Der „Aktionstag der Schulen“ wird zum „Aktionstag der Schwulen“. Statt „Welcome“ heißt es „Wielcome“: Wegen Druckfehlern muss die Stadt Düsseldorf 100.000 Broschüren zum Eurovision Song Contest korrigieren.

Verantwortlich ist die Tourismuszentrale der Landeshauptstadt, die Düsseldorfer Marketing & Tourismus GmbH (DMT). Ein Sprecher bestätigte am Mittwoch (27.04.11) die Panne. In einer Broschüre zum Eurovision Song Contest (ESC) lädt die Stadt zu einem „Aktionstag der Schwulen“ statt zum „Aktionstag der Schulen“ ein. Der Druckfehler in der deutschsprachigen Version führte dazu, dass in der englischen ein „Gay's Day of Action“ angekündigt wird.

[Quelle: WDR]

Natürlich kann so etwas passieren, darf es aber unter professionellen Bedingungen nicht. Nur ist nicht ganz klar, ob solche Bedingungen bei der DMT herrschen. Pikant auch, dass man zunächst aus Kostengründen daran ging, dass „w“ übermalen zu lassen, was süffisante Kommentare in überregionalen Medien nach sich zog. Der Vorfall offenbarte auch die Rolle der hiesigen Medien. Während die Lokalzeitungen über die Peinlichkeit berichteten, löschte ausgerechnet die Rheinische Post einen kurzen Artikel zum Fehler aus ihrem Online-Angebot: Immerhin war die unternehmenseigene Druckerei an der Peinlichkeit beteiligt.

Da nun aber die RP (die manche Düsseldorfer bisweilen scherzhaft „Rheinische Pest“ nennen...) ohnehin zu einem Mitteilungsblättchen und Verlautbarungsorgan der CDU-orientierten Stadtspitze verkommen ist, berichtet deren Lokalredaktion natürlich völlig unkritisch und mit nahezu marktschreierischer Emphase über die Veranstaltungsvorbereitungen. Wer das auf RP-Online verfolgt, wird seinen Spaß daran haben, wie die Leserkommentare unter den Artikeln diese eigennützige Euphorie mit kritischem Realismus zurechtrücken.

Tonnenweise Vorurteile

Womit aber selbst die schärfsten Kritiker nicht gerechnet haben, ist der Sturm hämischer Kommentare zu Düsseldorf selbst. Natürlich basieren die meisten Artikel in Medien wie dem ehemaligen Nachrichtenmagazin und der Postille der Hitler-Tagebuch-Finder auf der Dummheit und den Ressentiments ihrer Verfasser, wenn aber die Leserkommentare von Nicht-Düsseldorfer hinzunimmt, wird mit erschreckender Klarheit deutlich, was Erwin und seine Erwinista in Sachen Image der Stadt angerichtet haben. All die von neidischen Kölnern in die Welt gefurzten und längst vergessenen Vorurteile poppen wieder auf, und weder die so genannten „Journalisten“ noch die Kommentarschreiber haben auch nur den geringsten Schimmer.

Das müssen sie auch nicht, denn das Fremdbild (so der PR-Fachbegriff) wird ja durch die Kommunikation von und über den Gegenstand geprägt. Wenn sich – wie unter Erwin geschehen – ein 600.000-Einwohnerort, der bestenfalls in Japan weltberühmt ist, um die Austragung der Olympischen Spiele bewirbt, dann wird das als Größenwahn wahrgenommen. Wenn die Kommunikation der DMT im Wesentlichen auf Profisport und Schickmicki abhebt, muss man sich nicht wundern, wenn die Stadt so gesehen wird. Und wenn die für das Stadtmarketing Verantwortlichen aus lauter Borniertheit und/oder aus politischer Abneigung

das kulturelle Erbe und die kulturelle Aktualität der Stadt konsequent verleugnen, dann ist klar, dass da draußen kein weiß, dass Düsseldorf mal DIE Kunststadt Deutschlands, dass die Ratinger Straße das Herz des deutschen Punk und die Stadt Heimat einer völlig neuen Musik, wie sie u.a. von Kraftwerk erfunden wurde, war und ist.

Fazit

Fassen wir zusammen: Wenn alles gut geht – und das hoffen wir alle sehr -, wird der Grandprix de la Chanson schadlos an uns vorbeiziehen. Es wird den Steuerzahler viel, viel Geld gekostet haben, das im allerbesten Fall dazu führt, dass man in Aserbeidschan, in Moldawien und auch Armenien die Stadt mit dem „ü“ im Namen kennt. Schlimmstenfalls aber wird der ESC die Ressentiments gegen einen Düsseldorfer Größenwahn verstärken. Und das würde der größten Kleinstadt der Welt langfristig schaden ... und dem Ansehen des OB Elbers auch.