

„Als Zuhause ist Bremen super“

Wofür steht Bremen? Teil 3: Detlef Rahe schätzt die spannende Mittelmäßigkeit zwischen Dorf und Großstadt

Detlef Rahe ist in doppelter Hinsicht ein Wanderer zwischen den Welten: Er verbringt jeweils die Hälfte eines Monats in Bremen und die andere Hälfte mit seiner Familie in Göteborg. Rahe ist Designprofessor an der Hochschule Bremen und zugleich selbstständiger Unternehmer. Er leitet das Institut für Integriertes Design (i/i/d) in Bremen und betreibt gemeinsam mit seiner Frau Ulrike die Agentur rahe+rahe design. Mit ihm sprach Annemarie Struß-von Poellnitz.

Lassen Sie uns mit dem guten alten Assoziationspiel beginnen. Wenn Bremen ein Tier wäre, welches Tier wäre das dann?
Detlef Rahe: Ein Murrelter vielleicht.

Bremen als Duft: Wonach riecht die Stadt?
Nach einer Mischung aus Kaffee, Bier, Malz und Cornflakes.

Und wenn Bremen ein Auto wäre: Laster, Sportwagen oder Familienkutsche?
Ein praktischer Mittelklassewagen, der sich ein bisschen bescheidener gibt, als er tatsächlich ist.

Welche Farbe?
Schokoladenbraun.

Was für ein Stoff wäre Bremen?
Ein weiß-rot-kariertes Baumwoll-Leinen-Gewebe.

Einer noch: Was für ein Getränk wäre Bremen?
(Jetzt muss er lange überlegen) Da wäre Bremen ein – das ist schwer!

Heiß, kalt, sprudelnd, still?
Ein Bordeaux mittlerer Preislage, der einen Hauch zu warm ist. Ich gebe zu, so besonders attraktiv klingt das erst einmal nicht.

Da ist einiges erklärungsbedürftig. Wie kommen Sie auf Murrelter?
Ungewollt, ohne nachzudenken. Das ist ja auch der Sinn dieses Spiels. Dabei weiß ich gar nicht viel über Murrelter. Ich denke, sie sind ein bisschen unscheinbar, nicht so besonders charakteristisch, haben aber bestimmt Potenzial.

Das ist doch immerhin ein Trost. Wenn Sie in Göteborg jemandem treffen, der Bremen nicht kennt, wie beschreiben Sie die Stadt?
Ich beschreibe Bremen als extrem lebenswerte Stadt, mit einem reichen Angebot an Kultur, Gastronomie, dem Historisch-Hanseatischen, die aber auch in den Bereichen Forschung, Wissenschaft und Kreativität eine große Menge zu bieten hat. Größe und Struktur mit sehr vielen Ähnlichkeiten zu Göteborg, nur älter.

Würden Sie einem Kreativen aus Göteborg, der sich Richtung Deutschland orientiert, raten, in Bremen zu arbeiten?
Das würde ich von der Branche abhängig machen. Aus dem Bereich Industriedesign würde ich ihn wohl nach Süddeutschland schicken, weil dort die entsprechenden produzierenden Unternehmen sitzen. Wenn es jemand aus dem Medien- oder Kunstbereich wäre, würde ich ihn nach Berlin, Köln oder Hamburg schicken. Wenn es jemand wäre, den ich als bodenständig einschätze, der gute, seriöse und solide Arbeit machen will, und der einen Ort sucht, an dem er nicht nur gut arbeiten, sondern auch gut leben kann, der vielleicht gerade eine Familie gründen will, dann wäre Bremen dran. Als Heimatstandort wird Bremen eine sehr interessante Option.

Sie unterscheiden auffällig zwischen Lebensqualität, Wohnort, Heimat auf der einen Seite und Arbeit, Karriere auf der anderen Seite.
Richtig. Das Leben besteht nun mal immer aus all diesen Facetten. Großstädte wie Berlin, Köln oder Hamburg, die einen gewissen Hype haben, sind vielleicht sehr interessant als flüchtige Arbeitsstationen, besonders für Kreative. Aber wenn man sich niederlassen will, dann hat Bremen unglaublich gute Qualitäten. Als Zuhause ist Bremen super. Als Standort, mit dem man bei seinen Berufskollegen angeben will, ist Bremen weniger geeignet.

Kann man trotzdem gute Geschäfte machen, wenn man sich auf diesen Standort einlässt?
Absolut! Sehr seriös, sehr ordentlich.



Pendler zwischen Bremen und Göteborg: Designprofessor und Unternehmer Detlef Rahe.

FOTO: MARCUS REICHMANN

Wie nehmen Sie das Marketing von Bremen wahr?
Außerhalb Bremens kaum. Das innere Marketing von Bremen nehme ich hingegen sehr intensiv wahr. Veranstaltungen aller Art werden zum Beispiel sehr konsequent durch dieses Doppelquadrat „Bremen erleben“ mit Bremen als Absender beworben. Aber außerhalb von Bremen nehme ich wenig von Bremen wahr. Vielleicht gehöre ich nicht zur angestrebten Zielgruppe?

Nehmen Sie denn andere Bundesländer wahr?
Baden-Württemberg führt ganz klar: „Wir können alles außer hochdeutsch“, allerdings müsste es nun wohl eher heißen: „Wir können alles außer Bahnhof“. Und Berlin natürlich. Dieses „be Berlin“ – da ist das Selbstverständnis von Berlin auf den Punkt gebracht. Einfach, klar, prägnant, und gleich international verständlich. Die Kampagne lässt sich in allen Bereichen weiterführen: in der Imagewerbung genauso wie für Tourismus, Wissenschaft oder Wirtschaft.

Man kann aber auch Kennedys Bekenntnis „Ich bin ein Berliner“ damit assoziieren.
Genau. Es ist aktuell und cool, hat aber auch einen historischen Bezug. Darin kann man sehen, was Werbung, ich verwende eigentlich lieber den schönen alten Begriff Reklame, für eine Stadt leisten kann. Diese Reklame muss die Gesamtheit aller Eindrücke und Lebensgefühle zusammenfassen. Da hat Bremen etwas Attraktives zu bieten, es ist bisher nur nicht recht gelungen darzustellen, worin diese Gesamtmenge Bremen besteht.

Was macht für Sie diese Gesamtmenge aus?
Bremen ist für mich das gleichzeitig größtmögliche Dorf und gleichzeitig die kleinstmögliche Großstadt.

Erklären Sie mal!
Eine dörfliche Struktur hat bestimmte Eigenheiten, zum Beispiel, dass man sich kennt und vertraut. Wenn die Stadt größer wäre, würde das so nicht mehr funktionieren. Dieses berühmte „Man trifft sich auf dem Marktplatz“ gilt in Bremen wirklich. Als Folge dieses dörflichen Charakters kann man sich aber auch nicht mal eben aus dem Weg gehen. Das wirkt sich auf die Beziehungen aus, da werden Brüche selten riskiert. Wie in einem Dorf wird

auch hier viel übereinander getratscht, und man ist Unbekanntem gegenüber nicht immer ganz aufgeschlossen. Die Eigensicht ist in Bremen oft wichtiger als die Fremdsicht.

Und wo bleibt das Großstädtische?
Das gibt es hier ebenso. Man ist tolerant, offen, weltläufig, kultiviert, lässt viele kulturelle Ausdrucksformen zu. Das hat Bremen auch.

Das sind zum Teil widersprüchliche Eigenschaften.
Bremen hat das alles gleichzeitig. Das macht eben die kleinstmögliche Großstadt aus. Wäre Bremen noch kleiner, wäre dieser Großstadtcharakter nicht mehr da. Bremen hat alles zu bieten: die Hochkultur, die Populärkultur, die Subkultur. Bremen hat alle gesellschaftlichen Gruppen, Studenten, viele Leute, denen es nicht gut geht, aber auch überproportional viele, denen es extrem gut geht – verschiedenste Milieus auf engstem Raum, die als Stadtgebilde gut miteinander funktionieren, auch wenn das sicher immer noch besser ginge.

Sollte man diese Gegensatzpaare für die Stadtwerbung nutzen?
Ja, unbedingt. Das ist genau das, was für

mich Bremen so reizvoll macht. Wir haben hier die linkensten Linken, wir haben die grünen Grünen und die konservativsten Pfeffersäcke. Trotz dieser Extreme funktioniert die Stadtgesellschaft. Diese Eigenart darf nie verloren gehen, sonst ginge verloren, was Bremen ausmacht.

Das, was Sie bei unserem kleinen Spiel am Anfang eher als unspektakulär dargestellt haben, könnte man spannend machen, indem man diese Gegensatzpaare stärker betont?

Ja, damit könnte man die Eigenheit, das Besondere an Bremen, beschreiben: die Gleichzeitigkeit verschiedener Milieus und Strömungen. Für mich persönlich ist Bremen deshalb so interessant, weil ich mich in diesen verschiedenen Milieus tagtäglich bewegen darf. Am Vormittag kann ich zum Beispiel einige Stunden lang mit Studenten zu tun haben, sehe dann Konzernchefs, die globale Unternehmen lenken, treffe mich nachmittags mit Auftraggebern aus dem Mittelstand oder mit Existenzgründern und habe abends ein Essen mit lauter Kulturschaffenden. Das zusammen macht für mich diesen Ort so reich. Lesen Sie am Montag ein Interview mit Thomas Loest, Chef der Kommunikationsagentur Red Pepper.

WEIHNACHTEN VON 0 BIS 100



Jörg Moll aus Bremen, 65 Jahre

Weihnachten ist für mich ...
das Fest der Liebe.
Weihnachten feiere ich ...
in der Familie.
Mein größter Weihnachtswunsch:
Gesundheit und Reisen.
Der schönste Moment im Jahr 2010:
Dass meine Nichten im Beruf gut vorankommen.
Diese Schlagzeile würde ich 2011 gerne lesen:
Frieden in aller Welt.



Brigitte Wollersen aus Bremen, 66 Jahre

Weihnachten ist für mich ...
geheimnisvoller, anheimelnder Stress, der immer wieder schön ist.
Weihnachten feiere ich ...
ausnahmsweise im Harz mit Freunden, sonst eigentlich immer familiär.
Mein größter Weihnachtswunsch:
Dass es allen Menschen einigermaßen gut geht und alle friedlich miteinander leben.
Der schönste Moment im Jahr 2010:
Dass ich die Angst vor dem Arzt überwunden und die Mammographie negativ überstanden habe.
Diese Schlagzeile würde ich 2011 gerne lesen:
Bremen erholt sich von den Schulden. Und: Die wenigen noch funktionierenden Verkehrswege werden nicht alle von den grünen Politikern zerstört.



Margret Rink, 67 Jahre

Weihnachten ist für mich ...
märchenhaft.
Weihnachten feiere ich ...
im Kreise der Familie.
Mein größter Weihnachtswunsch:
Alle bleiben noch recht lange gesund, dann ist die Welt für uns in Ordnung.
Der schönste Moment im Jahr 2010:
Die Reise nach Island (Gewinn als „Leuchte des Nordens“).
Diese Schlagzeile würde ich 2011 gerne lesen:
Gewerkschaft will mehr Gerechtigkeit – Lohn- und Rentenerhöhung.

Montag 27. Dezember	Dienstag 28. Dezember	Mittwoch 29. Dezember	Donnerstag 30. Dezember	Freitag 31. Dezember
---------------------------	-----------------------------	-----------------------------	-------------------------------	----------------------------

Letzter Tag!

JETZT nix wie hin!

20%

auf **alles**

ausgenommen bereits reduzierte Artikel

größter Heimdekormarkt

Teppiche

PVC Laminat

Gardinen

Sonnenschutz

Matratzen

Bettwaren Wäsche

Tapeten

Farben Leuchten

Badtextilien

hol's von...

Tep & Tap

HEIMDEKOR & FACHMARKT

Bremen-Habenhausen Borgwardstr. 5

www.tepundtap.de

Astrium im Windkraftgeschäft

EADS-Sparte startet Rotorblatt-Produktion in Frankreich

Hamburg (wk). Der Luft- und Raumfahrtkonzern EADS steigt über seine Weltraumsparte Astrium in das Geschäft mit Windenergie ein. Astrium solle zum führenden französischen Hersteller von Rotorblättern für Windanlagen aufgebaut werden, sagte Astrium-Managerin Valérie Cazes gestern. Es lägen Aufträge des französischen Energieversorgers Areva sowie des französischen Windunternehmens Vergnet vor. Bislang sitzen führende Hersteller von Windenergieanlagen in Deutschland. „Wir wollen die Nummer eins in Frankreich werden und – warum nicht – auch die Nummer eins

in Europa“, sagte Cazes. Man denke auch an Exporte, „und natürlich gehört da auch Deutschland dazu“. Bislang gebe es keinen Rotorblattbauer in Frankreich. Dies müsse angesichts der französischen Ambitionen in der Windenergie geändert werden. Astrium verfügt über Know-how im Bau hochfester, aber leichter Zivil- und Militärraketen. Diese Kenntnisse will Cazes für seinen Einstieg in das Windenergiegeschäft nutzen und hat bereits Rotorblätter an Areva geliefert. Das Ziel von Astrium sei die Ausrüstung großer Windparks, auch auf dem Meer, sagte Cazes.