

Hamburg – second city?

Deutschlands „schönste Stadt“ im Schatten Berlins

ANDREAS MICHAEL KLEIN

Geboren 1972 in Freiburg, Leiter des Politischen Bildungsforums Hamburg, Konrad-Adenauer-Stiftung.

Es hätte alles so schön sein können. Endlich einmal aus dem Schatten Berlins her austreten, wo „arm, aber sexy“ zum Credo der Stadt wurde. Das wohlhabende Hamburg wäre auf einmal sexy geworden; hätte Berlin abgehängt, wäre für einen Moment zur heimlichen Hauptstadt Deutschlands geworden, zur Olympia-(Kandidaten-)Stadt, zur Metropole mit Weltrang ... Hätte, hätte – Fahrradkette!

Nichts ist aus der Olympia-Bewerbung geworden. Berlin hatte man schon abgehängt. Im nationalen Entscheid des Nationalen Olympischen Komitees setzte sich Hamburg, Deutschlands *second city*, durch. Zwar fühlen sich die Hamburger

durchaus auf Augenhöhe mit Berlin. In vielerlei Hinsicht sind sie es auch. In vielen Bereichen liegen sie gar vor der Bundeshauptstadt, beispielsweise in der Wirtschaftskraft, in der Beschäftigungsquote oder in der Zahl der internationalen Firmensitze. Nur: Eine Stadt von Weltrang, gemessen an ihrem internationalen Bekanntheitsgrad, ist Hamburg nicht.

Dies hofften Politik, Wirtschaft, Medien und zahlreiche gesellschaftliche Akteure und private Initiativen mit der Olympia-Bewerbung zu ändern. Einzig die Hamburger Bürgerinnen und Bürger trugen diesen Gedanken nicht mit. In einem Referendum entschied sich eine Mehrheit der Teilnehmenden gegen die Olympia-Bewerbung. Wieder war es nichts mit dem Weltruf. Übrig blieb nicht einmal ein Trostpreis. Hamburg bleibt auf den Kosten der

Bewerbung sitzen. Die Bundespolitik in Berlin hat die Landespolitik in Hamburg ausgebremst.

EINE NUMMER KLEINER

Der Wettbewerb um die Olympia-Bewerbung steht charakteristisch für das Verhältnis Hamburgs zu Berlin. So sehr die Hamburger den Lärm, das Chaos, die Schnoddrigkeit, die Armut Berlins geringschätzen, manchmal wäre man in Hamburg gerne wie Berlin ... so angesagt, so hip, so unbeschwert, so leidenschaftlich, so sexy. Vieles ist dann doch eine Nummer kleiner als in der Bundeshauptstadt: die Universität, die Oper, die Museen, das Nachtleben sowieso.

So hip wie Berlin wird Hamburg wohl nimmermehr. Man begnügt sich mit dem inoffiziellen Titel „schönste Stadt der Welt“. Dennoch tut sich gerade im Bereich der Neuen Medien und der Gründerszene eine ganze Menge in der Hansestadt. Google eröffnete hier sein größtes Deutschland-Büro. Facebook und XING haben in der Hansestadt ihre Deutschland-Zentrale. Die Onlinespiele-Firmen Big Point und Goodgames konkurrieren von der Elbe aus mit den internationalen Spielegegnanten wie Nintendo. Seit 2012 richtet Hamburg seine Social Media Week mit stetig wachsendem Zulauf aus. Zwar war Hamburg erneut „nur“ Deutschlands *second city*, da Berlin bereits seit 2010 zur Social Media Week einlädt, aber mit 3.000 registrierten Teilnehmern nähert sich Hamburg in großen Schritten dem Berliner Vorbild an.

Auch zeigt sich Hamburg bei den Firmengründungen selbstbewusst. „Berlin

ist für Start-ups, Hamburg für Grown-ups“ (Hanna Grabbe: „Stullen statt Schampus“, in: *Zeit online*, <http://www.zeit.de/2014/24/hamburg-gruender>). Die Pleitequote bei Firmengründungen liegt in Hamburg deutlich unter der von Berlin. Um diese positiven Parameter machen die Hamburger ganz im Sinne des hanseatischen Understatements keinen großen Hehl. Es reicht, dass die Zahlen in den einschlägigen Städterankings und Standortanalysen nachzulesen sind.

AUCH HAMBURG „KANN TEUER“

Die Bewerbung um die Olympischen Spiele spiegelt das Selbstverständnis der Hamburger wider. In der internen Auseinandersetzung wurde Berlin geschlagen. Hamburg hat damit den Beweis erbracht, dass es die Olympischen Spiele in die Hansestadt hätte holen können. Das soll es aber auch gewesen sein. Im tiefsten Innern ist ein Großereignis wie die Olympiade „unhanseatisch“: zu teuer, zu pompös, zu viel Spektakel.

Teuer kann Hamburg auch: Für 789 Millionen Euro entsteht in der Hafencity mit der Elbphilharmonie das neue Wahrzeichen der Hansestadt. Nach jahrelangen Querelen und Bauverzögerungen stiegen die Kosten von den ursprünglichen siebenzig Millionen Euro um das Zehnfache. Damit ist der Entstehungsprozess der Elbphilharmonie durchaus mit dem des Berliner Großflughafens vergleichbar. Der Unterschied liegt darin, dass für das Hamburger Konzerthaus nun ein endgültiger Eröffnungstermin feststeht. Die Tickets für die Eröffnungssaison 2017 gehen ab Juni 2016 in den Verkauf.