

«Man muss nicht zu allem Ja sagen»

Euro 08 In ihrer Veranstaltungsserie «Fancity» stellt die Rote Fabrik ab heute kritische Fragen

Wie wirkt sich die Euro 08 auf die Stadt aus? Anke Hagemann ist Mitinitiantin von «Fancity». Die Stadtforscherin interessiert sich gar nicht für Fussball, wohl aber für dessen Fans.

ROMAN HODEL

Frau Hagemann, was bezwecken Sie mit der Veranstaltungsreihe «Fancity»?

Anke Hagemann: Wir wollen in mehreren Veranstaltungen herausfinden und darüber diskutieren, wie sich die Euro08 auf Stadt und Raum auswirkt. Man muss bedenken, dass beispielsweise Zürich während der drei bis vier Wochen massiv eingenommen wird. Von Menschen, vom Verkehr, von Werbeflächen.

Man liest in den Medien oft von fehlender Euro-Euphorie. Mit «Fancity» folgt quasi gleich der nächste Miesepeter.

Hagemann: Das kann man so sehen. Letztlich wollen wir das Bewusstsein für die Begleitumstände eines solchen Grossanlasses schärfen. Man muss nicht zu allem Ja sagen. Deshalb ärgert es mich, dass jede und jeder, der sich kritisch zur Euro08 äussert, gleich als Spielverderber gilt.

Damit wären Sie in guter Gesellschaft – einzelne Gewerbler gelten als Spielverderber, weil sie sich gegen Verkehrssperren während der Euro 08 wehren.



PUBLIC VIEWING Kollektiver Freudentaumel – hier an der WM 06 – ist programmiert. SUSI BODMER

Hagemann: Nur geht es mir nicht um Einzelinteressen und um die Möglichkeit, während der Euro08 da und dort durchzufahren, sondern darum, gewisse Dinge kritisch zu hinterfragen.

Zum Beispiel?

Hagemann: Nehmen wir die Instrumentalisierung der Stadtentwicklung am Beispiel des Letzigrund-Stadions. Es wurde in Rekordzeit geplant und gebaut, weil es überall hiess, «das brauchen wir».

Mögen Sie selber Fussball?

Hagemann: Nein, gar nicht. Aber die Fankultur finde ich spannend. Durch meine Diplomarbeit

in Berlin habe ich viele Fussballfans kennen gelernt und musste meine Meinung revidieren. Fussballfans sind nicht einfach Hooligans oder proleten-hafte Biertrinker. Sie sind kreativ, etwa mit ihren Transparenten, und sorgen sich um Sicherheitsfragen und die zunehmende Kommerzialisierung.

Die zunehmende Vermarktung der Euro 08 beschäftigt auch «Fancity». Inwiefern?

Hagemann: Wir wollen etwa der Frage nachgehen, ob sich ein Grossanlass wie die Euro08 für eine reiche Stadt wie Zürich lohnt. Denn während krisenbehaftete deutsche Städte von der WM 2006 zu profitieren hofften,

kann man sich fragen, ob Zürich einen Imagewandel nötig hat.

Zürich will sich als lebensfroh verkaufen und nicht nur als Finanzplatz wahrgenommen werden.

Hagemann: Das macht die Stadt mit der Street Parade schon seit Jahren. Der Euro-08-Slogan «Wir leben Zürich» demonstriert übrigens auch den grossen Konsens, den man im Hinblick auf die Euro08 anstrebt – «alle sind dabei». Analog zur WM 2006, als es in Deutschland hiess, «Du bist Deutschland». Trotzdem stellen wir die Frage nach den Risiken und Nebenwirkungen.

Und die Frage nach übertriebenen Sicherheitsvorkehrungen.

EVENTS, EVENTS, EVENTS

Public Viewings, Fanmeilen, Partys – die halbe Stadt wird während der Euro08 «eventisiert». Zu diesem Thema diskutieren heute Abend ab 20 Uhr im Clubraum der Roten Fabrik unter anderem der Zürcher Stadtgeograf Christian Schmid, der Berner Stadtrat Luzius Theiler (Grüne) und die Grafikdesignerin Marika Molter. Der Zürcher Euro-08-Gesamtprojektleiter Daniel Rupf musste seine Teilnahme aus «terminlichen» Gründen absagen. Nächste «Fancity»-Veranstaltung am 9. April. Thema: «Sicherheitsrhetorik und urbane Kontrolle». www.rotfabrik.ch/fancity/ (ROH)

Nachrichten

«Blickfelder» zu 80 Prozent ausgelastet

Das Jugendtheater-Festival Blickfelder in Zürich hat einen neuen Rekord verzeichnet: Zur zwölften Ausgabe kamen während 13 Tagen im März insgesamt rund 11 000 Besucherinnen und Besucher, wie die kantonale Bildungsdirektion als Veranstalter gestern mitteilte. Die durchschnittliche Auslastung der Vorstellungen betrug damit 80 Prozent. Zwei Drittel des Publikums waren Schulklassen, denen die Bildungsdirektion die Theaterbesuche zu vergünstigten Bedingungen ermöglichte. Hauptspielort des Festivals war das Volkshaus Zürich. (LIZ)

Kampagne Gegen sexuelle Ausbeutung

Die im Januar unter dem Titel «schau genau!» lancierte Kampagne der Stadt Zürich gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen im Internet ist in der Startphase auf reges Interesse gestossen. «Allein in der ersten Woche hatten wir über 12 000 Besucherinnen und Besucher auf unserer Webseite – und bis heute wurden die Informationsbroschüren bereits rund 1700 Mal heruntergeladen», bilanzierte Polizeidepartements-Sprecher Reto Casanova gestern in einer Medienmitteilung. Mehr unter: www.schaugenau.ch. (LIZ)



ANKE HAGEMANN

Die 33-jährige Architektin und Stadtforscherin arbeitet in Zürich und Berlin.