



STARTWOCHEENZEITUNG

Film ab für Gartenkunst



Dieses Jahr gibt es für jeden Ersti eine individuell gestaltete Tasche. Foto: Bastian Springer



Die Jury (v.l.): Holm Keller, Daniel Libeskind, Irene Lohaus, Tobias Micke und Heiko Gevers.



Studierende drehen 270 Kurzfilme zum Thema „Frei-Räume“. Foto: Bastian Springer



Tutoren der Leuphana feiern mit Beethovens 9. den Beginn der Startwoche. Foto: Bastian Springer

Wissbegierige Erstsemester, vielfältige Ideen zur Umgestaltung auf dem Hauptcampus und internationale Experten – mit diesen Zutaten begibt sich die diesjährige Startwoche der Leuphana Universität in das Thema „Frei-Räume“.

Nachdem die 1300 Studienanfänger bereits am vergangenen Donnerstag und Freitag feierlich begrüßt wurden und in die Welt der Hauptfächer eintauchten, beginnt heute ihre erste Aufgabe an der Leuphana. In Form von kurzen Videoclips sollen die Studienanfänger ihre Ideen zum Thema Außengestaltung der 14 Hektar großen Freiflächen auf dem Campus festhalten.

Startschuss für die Startwoche

Holm Keller, der Vizepräsident der Leuphana Universität, begründet die Themenwahl mit der Notwendigkeit, Freiräume sinnvoll zu nutzen. Bisher seien die Flächen zwischen den Universitätsgebäuden auf dem ehemaligen Kasernenge-

lande funktionsleere Räume, die durch Zufall entstanden sind. „Eine Universität ist kein Parkplatz“, spitzt Keller zu. Er bezieht sich damit auf die ungenutzten Freiflächen auf dem Campus. Diese sollen Hauptschauplatz der Startwoche werden.

Die Herausforderung für die Studienanfänger heißt: Sie müssen sich intensiv mit den Grundideen von sechs Planungsentwürfen renommierter Landschaftsplanungsbüros auseinandersetzen. In 90-sekündigen Videoclips hinterfragen, diskutieren und bewerten die Studierenden die Grundgedanken der Entwürfe.

Beginnen wird die Woche mit internationalen Gastvorträgen aus den Bereichen Architektur, Literatur, Film und Musik, um einen ersten Überblick zur Bedeutung von Freiraum zu erhalten und diesen gemeinsam zu reflektieren.

Im Vorfeld wurde der Campus in 15 Bereiche unterteilt. Jedem Bereich werden sechs der insgesamt 90 Gruppen zugeteilt, so dass unterschiedliche Sichtweisen und Ideen berücksichtigt werden.

Nachdem die Landschaftsarchitekten ihre Ideen zum Thema Campusumgestaltung den

Studierenden vorgestellt haben und das notwendige filmische Know-How erlernt wurde, werden am Mittwoch und Donnerstag die Ergebnisse in Szene gesetzt. Laut Keller wird ein Großteil der erstellten Filme experimenteller Natur sein, die übrigen Arbeiten sollen Dokumentarfilme werden.

Während der gesamten Zeit steht den Studierenden die tatkräftige Unterstützung von einem Team an studentischen Tutoren und internationalen Experten zur Seite – so auch der Star-

Tutoren unterstützen die Studierenden

architekt Daniel Libeskind. Seit 2007 ist er nebenberuflicher Professor an der Leuphana Universität. Aufgrund seiner guten Erfahrungen aus studentischer Zusammenarbeit setzt er hohe Erwartungen in die jungen Menschen. Libeskind selbst sieht sich als „inspirierender Unterstützer“, der den jungen Menschen bei ihrer Aufgabe hilfreich zur Seite steht.

Am Donnerstagabend müssen die Kurzfilme fertig geschnitten und vertont sein, denn schon am folgenden Morgen werden die besten Gruppen gekürt und mit einem Preis belohnt, „der etwas mit den Medien zu tun hat“, sagt der Vizepräsident. Mehr möchte er noch nicht verraten. Er ermutigt die Studienanfänger stattdessen, sich etwas zu trauen, um die Jury zu überzeugen und prägende persönliche Erfahrungen zu sammeln.

Am gleichen Tag gibt eine fünfköpfige Jury die drei prämierten Planungsentwürfe für die Umgestaltung des Campus bekannt. Die teilnehmenden Landschaftsarchitekten hatten sich im Vorfeld gegen insgesamt 60 internationale Planungsbüros im Rahmen eines anonymen Wettbewerbsverfahrens durchgesetzt. Keller betont jedoch, dass ein Sieg nicht gleichbedeutend ist mit der Zusage, den Campus auch wirklich umgestalten zu dürfen. Denn ob überhaupt eine Campus-Umgestaltung stattfinden wird, muss noch entschieden werden.

ALINA TEICHMANN & LILLIAN SIEWERT
Videos und Bilder zur Startwoche auf:
www.landeszeitung.tv



Privat

Vorsitzender der Grünen im Gespräch mit unserer Zeitung

Seite 2

Privileg

Von Studierenden für Studierende: Hochwertige Taschen für die Erstis

Seite 3

Provinziell?

Kunst oder Kitsch: Riesenaufstand um Zwerge

Seite 2



Mitgliederzahlen von „CouchSurfing“ und „Hospitality Club“ zeigen: Junge Deutsche sind gastfreundlich und abenteuerlustig

Von Sofa zu Sofa surfen

Erst diese Woche habe sie sich bei „Couch-Surfing“ angemeldet, berichtet Sophia C., die in Lüneburg Kulturwissenschaften studiert. Sofa Surfen? Was ist denn das? „CouchSurfing“ (www.couchsurfing.org) ist eine kostenlose Internetplattform, die Reisende mit Einheimischen in über 230 Ländern verbindet. Das Netzwerk wurde 2003 von dem US-Amerikaner Casey Fenton gegründet und vermittelt Schlafplätze auf fremden Sofas. Darüber hinaus lassen sich über die Plattform alle möglichen Arten von Treffen vereinbaren. Sei es ein Klönschnack oder ein gemeinsamer Stadtbummel. Die Plattform bietet somit nicht nur eine Alternative zum gewöhnlichen Hotelaufenthalt, sondern vermittelt auch Kulturkontakte.

Die Studentin Sophia C. hatte sich bei „CouchSurfing“ angemeldet, da sie einen Vortrag an der Universität Hildesheim besuchen wollte und dafür noch eine Übernachtungsmöglichkeit suchte. Gerade für kürzere Aufenthalte an einem Ort eignet sich dieses Onlineportal besonders.

Mia Kilian, bereits seit 3 Jahren bei „Couch-Surfing“, nutzte das Netzwerk zum ersten Mal, als sie in Kanada mit zwei Freundinnen reiste. Damals übernachtete sie in Toronto bei einem kanadischen Studenten. Dessen Eltern stellten ihr gesamtes Haus zu Verfügung, sodass jede von ihnen ein eigenes Zimmer hatte. „Das war eine sehr gute erste Erfahrung mit ‚CouchSurfing‘“, erzählt die weitgereiste Studentin.

Auch Anja B. hat gute Erfahrungen beim „CouchSurfing“ gemacht. Sie hatte bereits zahlreiche Übernachtungsgäste bei sich zuhause in Amsterdam. Damals hatte sie nicht die Möglichkeit zu reisen und sah im Öffnen ihrer Türen eine Möglichkeit, den Urlaub in ihre eigenen vier Wände zu verlegen. „Einmal haben sogar elf Leute bei mir geschlafen“, berichtet sie lachend.



„CouchSurfer“ schlafen kostenlos und weltweit auf fremden Sofas. Foto: Sören Sieck-Pahl

Das sei natürlich eigentlich nicht geplant gewesen, aber sie hätte schon ein paar Surfer bei sich gehabt und da hätte sich noch eine Gruppe gemeldet. „Die Leute suchten dringend was zum Übernachten, da wollte ich sie dann auch nicht abweisen“, erzählt Anja.

Die junge deutsche Generation scheint reiselustig und gastfreundlich zu sein. Dafür sprechen auch die Mitgliederzahlen des Onlineportals: „CouchSurfing“ zählt in Deutschland 215.458 Mitglieder und wird damit nur von den USA mit einer Mitgliederschaft von 2.241.420 Menschen übertroffen.

Genutzt wird das Netzwerk größtenteils von Mitgliedern zwischen 18 und 24 Jahren (knapp 40 Prozent), darunter viele Studenten. Aber auch die Gruppe der 40 bis 49-jährigen macht knapp über fünf Prozent der Mitglieder aus. Das älteste Mitglied bei „CouchSurfing“ ist nach Angaben der Betreiber 89 Jahre alt.

Andere Netzwerke, wie der „Hospitality Club“ (www.hospitalityclub.org), verzeichnen ähnliche Zahlen. „Hospitality Club“ wurde 2000 von Veit Kühne aus Leipzig gegründet und ist ebenfalls kostenlos. Dieses Netzwerk überprüft die Daten jedes Bewerbers genau, bevor eine endgültige Anmeldung möglich ist. Zwar überwiegen die positiven Erfahrungen bei den meisten Gastgebern und Reisenden, doch lassen sich in Internetforen auch immer wieder Berichte von negativen Erfahrungen finden. Bei „CouchSurfing“ soll die Sicherheit durch ein internes Bewertungssystem unter den Mitgliedern gewährleistet werden.

Trotz dieser Sicherheitsmaßnahmen ist eine vollständige Absicherung in der Onlinewelt nicht möglich. Somit sind auch „CouchSurfing“ und „Hospitality Club“ in erster Linie Plattformen, die auf einem gegenseitigen Vertrauen basieren. LISA MORDHORST

Spitzenpolitiker Cem Özdemir im Gespräch

„Ich war nicht gerade ein Musterstudent.“

Cem Özdemir, Bundesvorsitzender von Bündnis 90/Die Grünen, nippt an seinem Tee und lehnt sich zurück. Eben erst hat er die neuen Studierenden der Leuphana Universität begrüßt, nun spricht er mit der Startwochenzeitung über seine eigene Studienzeit und persönliche Freiräume.

LSZ: Wieso haben Sie sich bereit erklärt, auf der Eröffnungsveranstaltung der Leuphana zu sprechen?

Özdemir: Die Universitätsleitung hat bei mir angefragt, ob ich Lust hätte, die Eröffnungsrede zu halten. Ich habe mich daraufhin mit der aktiven grünen Hochschulgruppe unterhalten und dann zugesagt. Außerdem haben Universitäten ein besonderes Flair, deshalb bin ich sehr gerne dort.

LSZ: Können Sie sich noch an Ihre eigene Studienzeit erinnern?

Özdemir: Oh ja (lacht). Das war an der Evangelischen Fachhochschule in Reutlingen, an der ich Sozialpädagogik studiert habe. Ich war nicht gerade ein Musterstudent. Damals war ich auch ehrenamtlich im Landesvorstand der Grünen. Das hat

einige Zeit in Anspruch genommen, ich war dann wohl nicht bei jeder Vorlesung anwesend.

LSZ: Hätten Sie dieses Engagement auch in Zeiten von Bachelor und Master erbringen können?

Özdemir: Hätte ich vermutlich nicht. Das wäre heute kaum zu schaffen. Es sei denn, man versteht sich auf Zauberei.

LSZ: Was ist der Grund dafür?

Özdemir: Die Bologna-Reform muss an dieser Stelle korrigiert und das Studium entfrachtet werden. Die Entwicklung der eigenen Persönlichkeit kommt zu kurz und soziales, politisches oder kulturelles Engagement ist oft nicht mehr möglich. Das finde ich schade, weil dadurch eine Entpolitisierung der Studierendenschaft stattfindet. Und das kann sich keine Gesellschaft leisten.

Deshalb finde ich es gut, dass bei der Be-

werbung für den Leuphana-Bachelor nicht nur Noten, sondern auch ehrenamtliche Tätigkeiten und persönliche Zulassungsgespräche zählen. Das sollte aber auch für die Masterstudiengänge eingeführt werden.

LSZ: Würden Sie sich freuen, wenn Ihre Kinder später einmal an der Leuphana studierten?

Özdemir: Das Leben seiner Kinder sollte man nicht vollständig vorplanen. Ich weiß noch nicht einmal, auf welche Schule meine Kinder mal gehen werden, geschweige denn auf welche Uni. Meine Tochter ist im Kindergarten, und der Sohnemann schreit noch nachts. Mir ist besonders wichtig, dass meine Kinder sich wohlfühlen. Frühkindliche Förderung ist schön und gut, sollte aber nicht übertrieben werden. Ich habe meine Kinder auch nicht gleich zum Chinesischunterricht angemeldet. Kinder brauchen Freiräume, und die Eltern sollten sie dabei unterstützen. Auf welche Uni meine Kinder mal gehen, ist daher ihre Sache. Jede Art von Bildung ist gut.

LSZ: Die diesjährige Startwoche der Leuphana steht unter dem Motto Freiraum. Was ist Ihr persönlicher Freiraum?

Özdemir: Freiraum ist für mich, wenn ich zu Hause bin und es schaffe, dass kein Telefon klingelt, der Laptop aus ist und die Politik einfach mal vor der Haustür bleibt. Ich genieße dann die Zeit mit meinen Kindern und meiner Frau. Das ist bei mir nichts anderes als bei anderen, es ist einfach schön, mit Familie und Freunden entspannt eine gute Zeit zu haben. Ich möchte, dass meine Kinder etwas von ihrem Vater haben, aber vor dieser Herausforderung stehen alle Eltern, die Beruf und Familie verbinden möchten. Es reicht nicht, sich einen Monat Elternzeit zu nehmen, wie ich es gemacht habe, und dann keine Zeit mehr zu haben.

LSZ: Vielen Dank für das Gespräch.
LINA SULZBACHER & NORMAN BOS;

Das Interview und alle Videos auf www.landeszeitung.tv



Cem Özdemir auf der Pressekonferenz bei der LSZ. Foto: Bastian Springer

An Gartenzwergen scheiden sich Lüneburgs Geister.

Kitsch oder Kult?

Klein, rot bemüht und dauerlächelnd - der Gartenzwerg. Kaum ein Objekt reizt so sehr wie der knollennasige Wichtel. Für den einen ist er Kulturgut und für den anderen der Inbegriff des Spießertums.

„Sie sind lustig und bewirken etwas Schönes im Garten“, finden die Lüneburger Schülerinnen Tatjana und Marina (beide 15). Der Kleingartenbesitzer Harald (70) findet die Zwergchen „überflüssig, aber eben typisch deutsch.“ Und auch Matthias Huch (35) würde den Gartenzwerg nicht als Kulturgut bezeichnen. „Kitschiges Kultobjekt trifft es da schon eher. Aber irgendwie ist er heute schon wieder cool“, schmunzelt der 35-jährige Lüneburger, der zwar einen Garten hat, aber keine Zwergchen.

Fast jeder scheint eine Meinung zu den Figürchen zu haben, doch kaum jemand kann etwas zu ihrem Ursprung sagen. Bei der Geschichte der Gartenzwergchen ist man sich nicht ganz einig. Verlässliche Quellen behaupten, ihr Ursprung ginge auf das thüringische Gräfenroda zurück, wo Philipp Griebel schon 1872 einen Terrakotta-Zwerg geformt und in seinem Garten aufgestellt haben soll.

Griebel, der damals eine Terrakotta-Manufaktur betrieb, machte aus seiner Idee ein Geschäft: Er produzierte die Ton-Zwergchen in Serie. Als Vorbild für die Zwergchen dienten die Bergarbeiter aus der Region. Die kleinen Skulpturen galten als Symbol des Fleißes und dienten vielen Geschäften sogar als Werbeträger. Je nach Branche trugen sie das passende Werkzeug bei sich. Weil Griebels Erfindung nicht patentiert war, wurde sie bald überall nachgeahmt. „Aber der beseelte Gartenzwerg ist noch immer aus Terrakotta und keine Billigproduktion aus China“, sagt Harald Griebel. Er ist der Urenkel von

Phillipp Griebel und führt das Familienunternehmen heute in der vierten Generation. Der Verkauf läuft gut, aber das war nicht immer so.

In der DDR wurden die Zwergchen von 1948 bis 1952 als „kleinbürgerlich“ verboten. Seine höchste Bevölkerungsdichte erlebte der Gartenzwerg dagegen in der Bundesrepublik während der Nachkriegszeit: In den 50er und 60er Jahren vermittelten die possierlichen Kerlchen ein Gefühl von heiler Welt und fanden einen Platz in zahllosen Vor- und Schrebergärten. Nach seinem Höhenflug in den 60er Jahren büßte der kleine Mann stark an Beliebtheit ein und wurde sogar zum Symbol des Spießbürgertums erklärt. Für lange Zeit geriet er in Vergessenheit, bis er in den 90er Jahren wiederentdeckt wurde.

Als bewusst provozierende Neuauflage kämpfte er gegen sein spießiges Image an. Man fand ihn nun mit heruntergelassener Hose, im Lack- und Lederoutfit oder als Hommage an Politiker und andere Prominente in deutschen Vorgärten. Bei konservativen Gartenzwergfans erzeugte der neue Anti-Zwerg verständnisloses Kopfschütteln und war außerdem Auslöser einer Vielzahl handfester Nachbarschaftskonflikte. Aber vielleicht bewahrte gerade dieser Imagewechsel den Zipfelmützenträger vor dem sicheren Untergang. Es scheint heute zumindest für fast jeden etwas dabei zu sein, denn wie sonst sollen 25 Mio. Gartenzwergchen ihren Weg aus den Geschäften in die deutschen Vorgärten gefunden haben? Und dabei spielt die Frage nach Kunst oder Kitsch eine untergeordnete Rolle. Zumindest hat es der Kleine geschafft über Jahrzehnte Gesprächsthema bei den Großen zu bleiben. Und das soll ihm erstmal einer nachmachen. MAREIKE FASCHINKA



Einer von 25 Mio. Gartenzwergen in Deutschlands Gärten. Foto: Sören Sieck-Pahl

Von der LKW-Plane zum Uni-Begleiter

Her mit den Taschen!

„Es ist immer wieder spannend, so einen Karton aufzumachen und zu entdecken, welche Farben und Muster die Taschen darin haben.“

Jasper Tessmann steht mit strahlenden Augen und einem scharfen Messer über einem großen Pappkarton. Darin ist eine weitere Ladung der Taschen, die als Begrüßungsgeschenk für die Erstsemester-Studierenden der Leuphana Universität Lüneburg bestimmt sind. In einer solchen Tasche sind allerlei Dinge, die ein junger Studierender gebrauchen kann: Stifte und ein Schreibblock für wichtige Notizen, Essens- und Getränkegutscheine, Infomaterial, um sich an der Universität zurechtzufinden, Zeitschriften für Wissbegierige und eine Flasche Bionade als Erfrischung zwischendurch.

Jasper studiert selbst an der Leuphana. Eigentlich müsste er heute nicht in der Werkhalle stehen und zusammen mit einem Dutzend studentischen Hilfskräften die 1300 Taschen mit Inhalt füllen. Aber dies ist sein Projekt, sein „Baby“, und er will es von Anfang bis zum Schluss begleiten. Stolz zeigt er ein paar Exemplare. Aus bunter LKW-Plane gefertigt und mit verstellbarem Schultergurt gleicht keine Tasche der anderen. Jedes Stück also ein echtes Unikat. Das Leuphana-Logo ist dezent rechts unten in der Ecke sichtbar, sodass jeder Ersti als echter Lüneburger Studierender erkennbar ist.

In den Jahren zuvor gab es für die Studienanfänger auch Taschen, die waren aber in einem anderen Design: einheitlich, schlicht.

Das wollte Jasper schon seit Langem ändern. Es sollte eine Tasche geben, die man gerne trägt. Gleichzeitig sollten sie mit den Grundideen der Leuphana Universität vereinbar sein. Er legte Wert auf Vielfältigkeit, Beständigkeit, Nachhaltigkeit und Einzigartigkeit.

Von der ersten Idee bis zur Produktion war es ein langer Weg: eineinhalb Jahre. „Dabei ist eine Menge Herzblut in dieses Projekt geflossen, sagt Jasper. Gemeinsam mit anderen an dem Projekt beteiligten Studierenden erarbeitete er Konzepte, stellte seine Idee der Marketingabteilung der Hochschule vor und kümmerte sich um Zulieferer und Fertigungsfirma. Selbst an den

Wochenenden werkelt er am Prototypen. „Immer wieder nähen, gucken, was gut aussieht, und schauen, wo es noch hakt.“

Die LKW-Plane hat Jasper eigenhändig mit seinem alten VW-Bus quer durch Norddeutschland zur Produktionsfirma transportiert. Die Plane stammt aus einer Überproduktion der Bernard KRONE GmbH.

Mit der Haspa wurde ein großzügiger Sponsor gefunden, um die Taschen zu finanzieren. Den Studienanfängern wollte man nicht nur ein schönes, sondern auch ein langlebiges Produkt bieten. Und Jasper ist davon überzeugt, dieses Ziel erreicht zu haben.

Hergestellt wurden die Taschen von der Firma Pro:Factory mit Produktionsstätten in Polen. Geschäftsführer von Pro:Factory ist Berrick Payne, ein Absolvent der Leuphana Universität. „Berricks Motivation, mit uns zusammenzuarbeiten und was richtig Cooles zu machen, war von Anfang an sehr hoch“, so Jasper.

Die Taschen sind ausschließlich für die Erstsemester-Studierenden bestimmt. Sie sollen sich über diese Taschen nicht nur mit ihrer Universität, sondern vor allem auch mit ihrem Jahrgang identifizieren. Wenn sie gut ankommen, soll auch der nächste Jahrgang derartige Taschen bekommen. Das Design soll dann ein neues sein.



Neue Lehramtsstudierende weihen ihre Taschen ein. Foto: B. Springer

Jasper Tessmann freut sich bereits darauf: Sein Baby wird groß!

NORMAN BOS

Den Film zum Artikel und weitere Fotos finden Sie unter: www.landeszeitung.tv

Beruflich wie privat: die Kamera läuft mit

Hauptsache Bewegung

Wer heute in die Ferien fährt, packt die Kamera wie selbstverständlich ein. Fotos gehören zu jedem Strandurlaub, jeder Party und jeder Familienfeier wie Badehandtuch, Cocktail und Schwarzwälder Kirschtorte. Fotografiert wird schon seit der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Seit vier Jahrzehnten erobert jedoch ein Konkurrent das Privat- und Berufsleben der Menschen: das Video.

Wer nun nur an Familienvideos und wackelige Laienaufnahmen denkt, ist im Begriff, einen wichtigen Trend zu verpassen. Denn Videos dienen heute nicht mehr nur dazu, bedeutende Reden, Konzerte oder Familienfeiern auf Band oder digital zu speichern. Nein, die Videokunst ist um einiges vielfältiger. Inzwischen nutzen Firmen den sogenannten Imagefilm, um sich vor allem im Internet zu profilieren und sich potentiellen Kunden vorzustellen. Der Vorteil: Man kann alles auf Video festhalten - von der Betriebsratssitzung bis zur Weihnachtsfeier. Und in bewegten Bildern wirkt das meiste gleich viel unterhaltsamer und authentischer als das gestellte Gruppenfoto oder der reißerische

PR-Text, die bislang den Online-Auftritt einleiteten.

Diese Vorteile machen sich nicht nur Weltunternehmen wie Apple oder Volkswagen zu nutze. Inzwischen werden Imagefilme auch bei Reiterhofbesitzern und Campingplatzinhabern immer beliebter. Das Video ist eben mindestens so vielseitig und unterhaltsam wie das Fernsehen.

Michael Petz, Leiter der Innovationsförderung in der IHK Lüneburg-Wolfsburg und Stade, hat diese Chance ergriffen. Mit dem Projekt „Der Norden ist neugierig“ stellt er jedes Jahr besonders innovative Unternehmen aus Norddeutschland per Videoclip vor. Es gehe darum, die Unternehmer in ihrem Umfeld zu beobachten, echte Persönlichkeiten zu zeigen, erklärt Petz. „Ein Video ist doch viel aussagekräftiger als ein einfacher Text. Neben reiner Information transportiert es Emotionen, Mimik und Vertrauenswürdigkeit.“

Diese Eigenschaften sind für ein Weltunternehmen ebenso nützlich wie für das Antiquariat in der Nebenstraße. Denn Imagefilme - und

Videoclips im Allgemeinen - erreichen ein größeres Publikum. Die Sehnsucht nach bewegten Bildern ist nicht altersabhängig. Filme schaut jeder gerne. Bilder faszinieren häufig mehr als Worte.

Neben den Unternehmen, die sich per Video ihren Kunden vorstellen möchten, gibt es auch diejenigen, die Filme als Informationsquelle nutzen. Inzwischen bieten die meisten Tageszeitungen Videos auf ihren Internetplattformen an. Ob jubelnde Fans nach einem gewonnenen Fußballspiel oder ein kurzer Konferenzmitschnitt: Videos vermitteln Informationen schnell, unterhaltsam und emotional. Da denkt und fühlt der Mensch übrigens nicht anders als sein engster Verwandter, der Primat: Wissenschaftler der Kyoto-Universität in Japan haben vor Kurzem herausgefunden, dass auch Affen gerne Videos ansehen. Diese Erkenntnis soll nun Aufschluss über die Entwicklung von Emotionen geben.

Wer selbst schon einmal ein Video gedreht hat, kennt jedoch auch die Schwierigkeiten, die das Filmen mit sich bringt. Bewegte Bilder rufen schließlich nicht automatisch große Gefühle beim Zuschauer hervor. Mit der Kamera draufhalten ist nicht gleich filmen. Das wissen vor allem diejenigen, die sich professionell mit dem Thema Videoproduktion beschäftigen. Thomas Rehder, Geschäftsführer der Hamburger Agentur Sightseeker Medien, setzt sich seit drei Jahren mit dem sogenannten Video-Marketing auseinander. Bei Imagefilmen seien ganz praktische Dinge zu beachten, sagt er. „Ist der Arbeitsplatz aufgeräumt, gibt es lebendige Szenen, zeige ich jemanden aktiv bei der Arbeit? All das ist wichtig, um Fachkompetenz zu vermitteln.“ Dem Video prophezeit Rehder eine große Zukunft: „Schließlich gehört vieles, das mit Spiel und Spaß beginnt, heute zum gängigen Business-Werkzeug. So auch das Handy.“

Neben der reinen Informationsbeschaffung können Filme also noch mehr: „Sie vermitteln Inhalte nicht nur viel persönlicher. Sie bauen auch Vertrauen auf und rufen Emotionen beim Zuschauer hervor“, sagt Rehder. Haben das gute alte Familienvideo und die professionellen Werbefilme also doch einen gemeinsamen Nenner? Offenbar schon. Wenn man die Videotechnik beherrscht.

JOHANNA GÜNTHER



Filme bestimmen unser Leben - sogar in der Fußgängerzone.

Foto: Anastasia Schönfeldt

Sprichwörtlich gesagt

Wenn der Bock zum Gärtner wird

Jetzt mal vorsichtig durch die Blume gesagt: Wer hat noch nie den Bock zum Gärtner gemacht? Und wer ist nicht der Meinung, dass nur die Harten in den Garten kommen?

Sprichwörter und Redewendungen, die auf das Thema Garten oder die Pflanzenwelt zurückgreifen, gibt es zu Hunderten. Woher sie genau stammen und was sie bedeuten, ist dem Laien oft nicht klar. Was zum Beispiel tut man genau, wenn man „den Bock zum Gärtner macht“? „Damit ist wahrscheinlich gemeint, dass man nichts macht. Der Bock gras ja auch nur faul im Garten“, vermuten die Lehramtsstudierenden Lisa Spitze, Victoria Heidenblut und Elisa Blumenberg. Marius Götke, Wirtschaftsrechtstudierender, hat eine andere Idee: „Den Bock zum Gärtner machen heißt, jemandem eine Aufgabe zu geben, der eigentlich keine Ahnung davon hat“. Laut Lexikon der Redensarten haben alle Recht. Seit dem 16. Jahrhundert vergleicht man die Unfähigkeit in Person mit dem Bock, der im Garten nur Unheil anrichtet.

Doch wie entstehen Sprichwörter eigentlich? „Es gibt bestimmte Situationen, die immer wieder vorkommen und viele Menschen betreffen. Mit der Zeit bilden sich Sprichwörter heraus, die charakteristisch für diese Situation sind“, erklärt Prof. Dr. Theo Bungarten vom Hamburger Institut für Germanistik. Auch heute entstehen immer wieder neue Redewendungen. Dass „nur die Harten in den Garten kommen“, behauptet man erst seit Kurzem, verglichen mit der Herkunft des „durch die Blume-Sagens“. Bereits im Mittelalter nutzten Frauen die Symbolik verschiedener Blumen, um ihre Verehrer zu bestärken oder zurückzuweisen. Überreichte die Frau eine Kornblume, erteilte sie dem Bewerber eine Abfuhr - und zwar „durch die Blume“.



Grüner Daumen hoch! Foto: Sören Sieck-Pahl

Auch den sprichwörtlichen Grünen Daumen gibt es noch nicht lange, trotzdem ist er bereits fest in unserer Alltagssprache verwurzelt. Denn Redewendungen entwickeln sich ebenso wie die Sprache selbst. Einige können sich etablieren und gehen in unseren Wortschatz über. Andere verschwinden, obwohl sie einige Jahrhunderte lang gang und gäbe waren. Grundsätzlich sind Sprichwörter jedoch zäh. „Ist die Redewendung erst einmal entstanden, dann ist sie meist langlebig. Heute kennt man den Ursprung vieler Redewendungen deshalb gar nicht mehr“, sagt Bungarten. Obwohl wir häufig nicht mehr wissen, woher unsere Sprichwörter stammen, assoziieren wir doch viele Situationen oder auch Eigenschaften mit ihnen. Sie zu erklären, heißt oft, auf weitere zu stoßen: Ein Grünschnabel ist jemand, der noch kein alter Hase ist. Wer ins Gras beißt, geht vor die Hunde. Und auf jemanden, dem man nicht ganz grün ist, hat man keinen Bock. Vieles, das mit Sprichwörtern zusammenhängt, ist auch persönlich geprägt. „Für mich bedeutet, einen Grünen Daumen zu haben, nicht nur, sich mit Pflanzen auszukennen, erklärt die Floristin Undine Glander. „Es heißt auch, die Natur und die Menschen zu lieben und mit sich selbst eins zu sein. Sprichwörter pendeln also zwischen persönlicher Interpretation und historischer Bedeutung. Sie sind ein Kulturgut, das viel über die Gesellschaft verrät, in der sie entstehen.“

JOHANNA GÜNTHER & LINA SULZBACHER

Lüneburger Prominente sprechen über ihre Freiräume

Was bedeutet Freiraum für Sie?



Foto: Anke Hinrichs

Helmke Hinrichs, evangelischer Hochschulpfarrer: Freiraum bedeutet für mich, die Möglichkeit zu haben, mit Vertrauen und Offenheit die Dinge, die mir am Herzen liegen, zu tun. Das alles in der Gewissheit, dabei von Gott begleitet und getragen zu sein.



Foto: Ann-Christin Leisching

Verena Böbs, Richterin am Landgericht: Als Richterin habe ich viel mit Grenzen zu tun; Grenzen, die manchmal zwangsweise gesetzt werden müssen und Menschen daran hindern, alles zu tun, was sie wollen. Frei fühlen kann man sich nur, wenn man die gesetzten Grenzen akzeptieren kann und seinen Platz in der Gesellschaft und im menschlichen Miteinander gefunden hat.



Foto: Birte Ohlmann

Gustav Diesterhöft, Hinz und Kunzt-Verkäufer: Wenn man selber keine materiellen Bedürfnisse hat, hat man unendlichen Freiraum. Man muss mit dem zufrieden sein, was man besitzt. Ich habe nichts und brauche auch nicht mehr!

Dr. Gerhard Scharf, Lüneburger Bürgermeister: Mein Freiraum wird durch meine kummunale Tätigkeit eingeschränkt. Als Bürgermeister muss ich eine Fülle von Terminen wahrnehmen. Ich nehme mir allerdings am Wochenende Zeit, unseren wunderschönen Garten mit meiner Frau zu pflegen und mit meinen vier Enkeln Fahrradtouren zu machen oder Bäume im Wald zu bestimmen.



Foto: Birte Ohlmann



Foto: Leuphana

Prof. (HSG) Dr. Sascha Spoun, Präsident der Leuphana Universität: Freiraum bedeutet für mich die Möglichkeit, sich durch die freie Entwicklung der eigenen Identität als aktiver und verantwortungsvoller Bürger mit Kreativität und Engagement in der Zivilgesellschaft einzubringen.



Foto: Angela Kraft

Ingrid van Bergen, „RTL-Dschungelkönigin“ und Schauspielerin: Im Grunde verstehe ich das Wort Freiraum wie Freiheit. Es hat etwas mit künstlerischer und geistiger Entfaltung zu tun. Jeder Mensch braucht Freiräume, da man ja eigentlich immer von Grenzen eingeengt ist. Diese Freiräume muss man sich erobern, aber dafür sind ja unsere Schulen und Universitäten da.

Umfrage:
Ann-Christin Leisching / Birte Ohlmann

Lüneburgs Partyszene fordert auf zum Tanzen

Gib Pfeffer in der Salzstadt!

Die neue Woche hat gerade begonnen, da sind die ersten mit ihren Gedanken schon beim nächsten Wochenende. Noch fünf Tage Schule, Studium oder Arbeit sind zu überwinden und dann heißt es wieder: It's Partytime! In Lüneburg muss niemand bis Freitag warten, um feiern zu können. Schon am Mittwoch öffnen die ersten Bars und Diskotheken.

Der Lüneburger Partymarathon beginnt dann in der Bar P2. Auf zwei Stockwerken können Feierlustige hier Party machen und sich auf der Tanzfläche aufwärmen. Vergangene Woche reihte sich in dem Pub eine Ersti-Party an die nächste. Am Mittwoch tanzten hier die Erstsemester der Studiengänge Kulturwissenschaften

und Wirtschaftspsychologie.

Wer dann nicht mehr weit laufen will, ist im Pesel gut aufgehoben. Die tiefergelegte Kellerkneipe befindet sich direkt unter dem P2, in einem Kellergewölbe aus dem 15. Jahrhundert. Patricia Brunkouw studiert Wirtschaftspsychologie an der Leuphana Universität und verbringt gerne den einen oder anderen Mittwoch in dem Nachtclub. Genau wie das P2 hat es jedoch, ihrer Meinung nach, eher Barcharakter. „Im Pesel geht man nicht tanzen, sondern trinken“, so die 21-Jährige.

Wer richtig tanzen will, sollte mittwochs abends in die Diskothek Fun & Lollipop weiterziehen. Die Doppeldisco öffnet mittwochs die

Tanzflächen vom Fun und dem dazugehörigen Vibe Club. Unter dem Motto „Musik Mix“ spielen die DJs im Fun eine Mischung aus Dance, Black und aktuellen Charts. Im Gegensatz dazu bietet der Vibe Club lateinamerikanische Musik wie Salsa, Classics und Latino. Am Wochenende hat zudem das Lollipop geöffnet. Auf dieser Tanzfläche feiern Lüneburger zu Schlagern und bekannten Partyliedern.

Donnerstags tanzen die meisten Lüneburger im Vamos. Die Kulturhalle am Campus der Leuphana Universität veranstaltet vor allem während der Vorlesungszeit viele Parties. Vergünstigter Eintritt für Schüler und Studierende ermöglicht eine Tanznacht für wenig Geld. Jana Lüdemann studiert Wirtschaftspsychologie an der Leuphana Universität und empfiehlt allen die Studentenparties im Vamos. „Die bekannten Feiern wie die Semesteranfangsparty sind während des Semesters ein Muss für alle Studierende“, so die 22-Jährige. Auch am Wochenende ist das Vamos für alle Lüneburger ein angesagter Treffpunkt zum Tanzen. Besonders beliebt ist die Samstagsparty „Best of Vamos“. Zu einem Mix aus aktuellen und alt bekannten Hits feiern Lüneburger aller Altersklassen in der großen Halle. Das Motto lautet: Hauptsache tanzbar.

Weiteres Tanzvergnügen bieten an den Wochenenden zudem die Garage und der Salon Hansen. Die Garage ist schon seit Jahren fester Bestandteil der Lüneburger Partyszene. Mit wechselnden Events bedient der Lüneburger Kultclub diverse Musikgeschmäcker. Bei Schülern und jungen Lüneburgern ist die Garage zudem bekannt für Abi- und Ferienparties. „Ich gehe immer in der Garage tanzen“, sagt die 17-jährige Lüneburgerin Katja Hannemann. Marc Soltau, Studierender an der Leuphana Universi-

tät, besucht in der Garage gerne Elektroparties. „In Lüneburg bietet sonst keine Einrichtung Veranstaltungen dieser Musikrichtung an“, so der 24-Jährige. Wenn in der Garage keine Elektroparty ist, geht Marc in den Salon Hansen. Am 1. Mai dieses Jahres eröffneten ehemalige Studierende der Leuphana Universität den Musikclub in Lüneburg. Seitdem ist es ein bekannter Treffpunkt für Lüneburger Studierende.

Obwohl Lüneburg zu den Kleinstädten Deutschlands zählt, hat es die ganze Woche über ein umfangreiches Tanzprogramm zu bieten.
YVONNE RUDOLPH

Impressum

Herausgeber:
Verlag Landeszeitung für die Lüneburger Heide GmbH,
Am Sande 18-19, 21335 Lüneburg

Chefredaktion:
Stefanos Dimitriadis

Chef vom Dienst:
Leonie Kampmeyer, Marleen Kort

Redaktion:
Norman Bos, Judith Böse,
Mareike Faschinka, Johanna Günther,
Ann-Christin Leisching, Max Martens,
Lisa Mordhorst, Birte Ohlmann,
Yvonne Rudolph, Lillian Siewert,
Lina Sulzbacher, Alina Teichmann

Fotografen:
Anastasia Schönfeld, Sören Sieck-Pahl,
Bastian Springer

Layout:
Lea Böttcher, Rebecca Süßmeier
Telefon: (0 41 31) 74 03 38
E-Mail: uni@landeszeitung.de
Druck: v. Sternsche Druckerei GmbH & Co
KG, Lüneburg



Erstsemester stürmen Lüneburgs Tanzflächen.

Foto: Bastian Springer