

„Das ist unsere Stadt – und die wollen wir vielfältig beleben!“

magaScene: EVA JANDL-JÖRG (Direktorin Museum Wilhelm Busch) und HARTWIG VON SAß

(Pressesprecher Deutsche Messe AG) im Interview

Ende November hat die Landeshauptstadt die neue Marke „Kulturstadt Hannover“ der Öffentlichkeit präsentiert. Um der für die Entwicklung des Markenlogos zuständigen Werbeagentur eine grobe Marschrichtung mit auf den Weg zu geben, trommelte die Stadt zehn Entscheider aus Verwaltung, Kultur und Wirtschaft in einem zehnköpfigen Markenkomitee zusammen. Hannover hat kulturell viel zu bieten, wie bekommen wir diese PS auf die Straße? Im Kern ging es um diese Frage. Wir haben uns mit zwei Beteiligten aus dem Markenkomitee getroffen. Eva Jandl-Jörg leitet seit dem 1. Februar 2023 das Museum Wilhelm Busch und hat als zugezogene Österreicherin sicherlich einen anderen Blick auf die Stadt als Hartwig von Saß, den es als Zwanzigjährigen aus einem 600-Seelen-Dorf in Norddeutschland nach Hannover verschlug. Seit 18 Jahren arbeitet der PR-Profi als Pressesprecher und Projektleiter für die Deutsche Messe. Ein Interview von Jens Bielke, das Sie in voller Länge in der März-Ausgabe der magaScene lesen können.

magaScene: Worüber wurde im Markenkomitee gesprochen?

Hartwig von Saß: Zunächst einmal haben wir gar nicht über den Kulturbegriff an sich diskutiert. Ist ein Museum mehr Kultur als eine Galerie? Hat das Staats-

theater mehr Relevanz als die freie Theaterszene? Sich da nicht in Diskussionen zu verzetteln, fand ich sehr erfrischend. Das sehr breit aufgestellte Markenkomitee hat sich sehr zügig gefragt, was wir alle für Hannover tun können und wie man daraus eine Dachmarke entwickeln kann.

Eva Jandl-Jörg: In der Gruppe waren wir uns im Grundsatz sehr einig, weil alle denselben Anspruch hatten: Das ist unsere Stadt und die wollen wir vielfältig beleben und für alle zu einem wunderbaren Aufenthaltsort machen! Wichtig ist, das Leben in der Stadt ist und in die Stadt kommt, gemeinschaftliches Erlebnis, egal ob bei Freizeit oder Kultur.

Wie zufrieden sind Sie mit den Ergebnissen?

Eva Jandl-Jörg: Der POW, das neue Markenlogo, ist beweglich und auf viele Bereiche anwendbar. Wichtig ist aber jetzt, wie es weitergeht; die eigentliche Arbeit beginnt jetzt. Die Stadt muss das Potenzial heben, um der neuen Marke eine Strahlkraft zu verleihen.

Frau Jandl-Jörg, welches Bild von Hannover hatten Sie vor Ihrem Amtsantritt hier?

Eva Jandl-Jörg: Gar keins! So



Eva Jandl-Jörg (Direktorin Museum Wilhelm Busch) und Hartwig von Saß (Pressesprecher Deutsche Messe AG) stehen im großen Interview der magaScene Rede und Antwort.

Foto: Ramin Faridi

wie viele andere auch. Wenn ich jemandem aus Österreich erzähle, dass ich jetzt in Hannover wohne und arbeite, werde ich oft so komisch angeschaut. Die Leute wissen ungefähr, wo es liegt, wie es hier aussieht oder was es alles gibt, weiß

kaum einer. Hannover hat kein Alleinstellungsmerkmal, das sich als Marke ins kollektive Gedächtnis eingebrannt hat, zu Hannover fehlt das Bild. Umso überraschter war ich, als ich mir die Stadt nach und nach erschlossen habe. Hannover bie-

tet unglaublich viel Lebensqualität.

Hartwig von Saß: ...ich finde es sehr erfrischend, wie Du als Neu-Hannoveranerin über die Stadt sprichst. Ich lebe seit 1986 hier. Was mir immer auffällt, ist, dass wir Hannoveraner - ich zähle

mich mittlerweile dazu -, stets versuchen, unsere Stadt zu erklären, die Vorzüge aufzählen und uns immerzu rechtfertigen, dass hier alles ganz toll ist. Kein Mensch aus Hamburg rechtfertigt sich für seine Stadt, kein Mensch aus Köln. Wir sind Han-

nover - Punkt. Und unsere Stadt ist einfach klasse.

Eva Jandl-Jörg: Ja, das ist das Problem. Ich möchte mich nicht dafür entschuldigen, dass ich hier lebe. Wofür auch? Als ich das erste Mal am Maschsee stand und von dort ins Grüne gegangen bin, war ich erstaunt. Wieso ist nicht bekannt, dass wir in Hannover einen der bedeutendsten Stadtwälder Europas haben und das noch dazu mitten in der Stadt? Das gibt's doch gar nicht! Ich war auch überrascht, dass Bahlsen und Pelikan hannoversche Unternehmen sind. Die Kekse habe ich schon als Kind gegessen, und jeder in Österreich hat mit Pelikanfüllern schreiben gelernt.

➤ Mehr Infos zur neuen Marke und erste Veranstaltungshighlights für das Jahr 2025 gibt es unter www.kulturstadt-hannover.de



Stadtmagazin für Hannover
magaScene

Viele weitere, spannende Neuigkeiten aus der lokalen Kulturszene finden Sie in der aktuellen Ausgabe unseres Partnermediums magaScene, monatlich frisch gedruckt und kostenlos an über 500 Auslegestellen in Hannover oder online auf www.magaScene.de inklusive Download-Möglichkeit.

Gutschein

Bis zu 15 %* Rabatt auf einen Artikel Ihrer Wahl!

*Gültig bis 07.03.2025. Gilt nicht für Verlegerzeugnisse, Geschenkgutscheine, lebende Tiere, Motorgeräte und Artikel von Weber. **Der Greencard Preis ist nur in Verbindung mit der Stanze Greencard gültig.

ohne Greencard*
10% Rabatt

mit Stanze Greencard**
15% Rabatt



Frühlingsblüher

Entdecken Sie unsere große Auswahl an verschiedenen Frühlingsblühern!

ab **0,29**
(Nur im 10er Pack)



STANZE
GRILLSEMINARE



Jetzt online buchen!

WEBER MASTER-TOUCH GBS Ø 57 CM HOLZKOHLEGRILL

Dank der verbesserten Kessellüftung können Sie jetzt grillen und räuchern. Der Tuck-Away-Deckelhalter und das One-Touch-Reinigungssystem sorgen für zusätzlichen Komfort.



299,-
233,99

WEBER Q 1000 GASGRILL BLACK EDITION

Mach deinen Balkon zur Freiluftküche. Durch seinen porzellanemailierten Guss-Grillrost und seinem Gehäuse aus Aluminiumguss ist er stabil und langlebig.



329,-
259,99

Unsere neue
Beilage
ist Online

Jetzt den QR-Code scannen und in unserer aktuellen Beilage stöbern.



STANZE GARTENCENTER

Karoline-Herschel-Str. 1
30966 Hemmingen
Tel.: 0511 420 380

ÖFFNUNGSZEITEN:

Mo. – Sa. 09.00 – 19.30 Uhr
So. 13.00 – 16.00 Uhr*

www.stanze-gartencenter.de

Direkt im Gewerbepark Hemmingen an der B3 (Kreuz Hemmingen/K221). Nur ca. 10 Minuten von der Haltestelle Berliner Straße entfernt (Stadtbahn Linie 13).



@stanzegartencenter

PREMIUM-PARTNER



Änderungen in Form, Farbe und Dekor vorbehalten. Es handelt sich ausschließlich um Abholangebote. Abgaben in handelsüblichen Mengen. Bild-, Produkt- und Farbabweichungen sowie Preisirrtum vorbehalten. Alle Preise in Euro. Nur solange der Vorrat reicht! *Verkauf an Sonn- & Feiertagen gemäß § 4 Abs. 1 Nr. 4a NLöfVZG.