Museum setzt auf „Made in Marxloh“

Ausstellung beleuchtet, wie aus dem Multikulti-Stadtteil eine gefragte Marke geworden ist. Halil Özet sieht etw die Brautmodenmeile als Modell für eine „Hochzeitsstadt“ Duisburg

Von Sabine Merkelt-Rahm

„Geh mal rein, dann kannst du gleich die Braut küssen“, begrüßt Halil Özet einen Freund, der sich die Ausstellung „Made in Marxloh“ im Kultur- und Stadthistorischen Museum am Innenhafen anschauen will. Die Sache hat aber einen Haken: Die Braut in der Schau über die berühmte Marxloher Imagekampagne hat gar keinen Kopf, sondern ist nur ein Kleid auf einer Schneiderpuppe. Özet grinst. „Man findet ja nicht immer alles so vor, wie man es gerne hätte“, sagt er hintersinnig, „dann muss man sich halt was einfallen lassen.“



Mit Marxloh-Maskottchen „Dusty“ posieren Regisseur Halil Özet und Cornelia Kerth-Jahn in der Ausstellung. FOTOS: STEPHAN EICKERSHOFF

Auch Müllecken kommen vor

Genau mit dieser Einstellung hat er zusammen mit dem Fotografen Rainer Kzonsek und anderen kreativen Köpfen seinen Heimatstadtteil Marxloh zu einer Marke gemacht und damit ein ganzes Stück nach vorne gebracht. Kzonseks Fotos dokumentieren in der Ausstellung, wie das Kollektiv des Marxloher Medienbunkers sein Viertel sieht und es neu in Szene setzt. Da gibt es natürlich jede Menge Bräute, die sich überall hin trauen, 2010 sogar einen Auftritt auf die Autobahn hatten – beim A-40-Stillleben. Und leere Ladenlokale, die man damals provisionsfrei mieten konnte.

Auch Müllecken wurden abgelichtet, denn es geht den Medienbunkerleuten nie darum, die unangenehmen Seiten des heimischen Multikulti-Quartiers zu ignorieren. Sondern darum, zur Abwechslung auch mal die guten Seiten zu zeigen. In der Fernsehecke mit den alten Cocktail-Sesselchen aus dem Medienbunker läuft Özets Imagefilm über Marxloh. Der Sprecher sagt: „Das beste hier sind die Menschen, jeder ist ein Künstler, mindestens ein Lebenskünstler.“

Auf einem Foto hält die WDR-Journalistin Asli Sevindim eins der gelben „Made in Marxloh“-Schilder hoch, und das ist die reine Wahrheit. Auch wenn im Online-Lexikon Wikipedia interessanterweise extra angegeben wird, dass andere Quellen „Duisburg“ als Sevindims Geburtsort nennen. Halil Özet jedenfalls kann Marxloh und Duisburg zusammen denken ohne sich das Hirn zu verrenken: „Wieso sollte das Modell Marxloh mit der Brautmeile nicht für die ganze Stadt funktionieren?“ fragt er sich. „Als Hochzeitsstadt hätte Duisburg ein echtes Alleinstellungsmerkmal.“



Cornelia Kerth-Jahn mit Ewelin Marcinkowski und Selma Zekirova mit den bekannten „Made in Marxloh“-Aufklebern.

Mitpreise sind gestiegen

Er hätte nichts gegen ein zweites Standbein in der Innenstadt, und der Medienbunker wird sich im nächsten Jahr mit einigen Projekten bei den Akzenten zum Thema „Heimat“ einbringen. Die Imagekampagne hat die Mietpreise für Ladenlokale auf der Brautmeile ganz schön in die Höhe getrieben. „Marxloh, das läuft“, sagt Özet knapp. Das merken auch andere. Kürzlich war Özet für einen Vortrag zu Gast bei den Mannheimern, die sich gerne was abgucken möchten von „Made in Marxloh“.

Museumsmitarbeiterin Kornelia Kerth-Jahn rollt gern den roten Teppich für die Marke Marxloh aus. Schließlich hat sie sich für die Ausstellungsreihe „Blickpunkt Stadt“ vorgenommen, einen Dialog zur offenen Stadtkultur zu initiieren.

Bunte Erinnerungen in Filmen und Fotos

Die Ausstellung „Made in Marxloh“, die in Filmen und Fotos daran erinnert, wie sich der Ruf Marxlohs durch pfiffige Aktionen verändert hat, bleibt noch bis Sonntag, 11. Januar, im Kultur- und Stadthistorischen Museum am Innenhafen, Johannes-Corputius-Platz 1.

Das Museum hat geöffnet dienstags bis samstags von 10 bis 17 Uhr, sonntags von 10 bis 18 Uhr. Eintritt: Erwachsene 4,50, ermäßigt 2 Euro, Familienkarten 5 (ein Erwachsener und Kind(er) oder 10 Euro (zwei Erwachsene plus Kinder).