

Ein erlesenes Fest

Mit dem Literaturfest in Meißen etablierte Walter Hannot das größte eintrittsfreie Open-Air-Lesefestival Deutschlands. Er beklagt jedoch, dass die Stadt viel zu wenig mit ihren Schätzen wirbt.

Die Premiere fiel sprichwörtlich ins Wasser. Obwohl Walter Hannot und sein Team bereits seit Monaten an der Idee eines Literaturfestes für Meißen gearbeitet und auch schon Gespräche mit der Stadt geführt hatten, mussten sie ihr Vorhaben anno 2002 kurzfristig wieder abgeben. Der Grund war die Jahrhundertflut, die plötzlich und unverhofft über die Stadt hereinbrach.

„Als die Flut kam, hatte es sich erledigt, weil Meißen dann verständlicherweise andere Sorgen hatte“, sagt Hannot. Trotzdem behielt der Chef der Dresdner Marketing-Agentur Heimrich und Hannot die Idee immer im Hinterkopf. Erst recht, nachdem er 2007 selbst in die Domstadt gezogen war, weil er dort ein Haus gekauft und saniert hatte. Das Konzept lag nach wie vor fertig in der Schublade und konnte sofort genutzt werden, weil die Grundidee dieselbe blieb.

„Entstanden ist die Idee zum Literaturfest in meiner Agentur. Wir wollten gern ein ehrenamtliches Projekt umsetzen, bei dem alle unsere Kompetenzen im Eventmarketing und in der Organisation von Veranstaltungen zur Geltung kommen“, sagt der Agenturchef. Obwohl dabei auch das persönliche Literaturinteresse von Walter Hannot eine Rolle spielte, war es nicht ausschlaggebend.

„Im Vordergrund stand der Gedanke, welches Thema wir wo platzieren können. Und da bot sich bei Meißen als Kulturstadt die Literatur durchaus an.“ Zudem seien Literaturfeste, insbesondere als Open-Air-Ausgabe, noch nicht so geläufig gewesen, sagt Hannot. So kam es, dass beim zweiten Versuch alles klappte und vom 11. bis 14. Juni 2009 schließlich die erste Ausgabe des Meißner Literaturfestes über die Bühne ging. Neben Bundesinnenminister Thomas de Maizière (CDU), der bis in die Gegenwart als Schirmherr des Festes fungiert und bei der Premiere aus Michael Endes „Momo“ vorlas, bereicherten auch andere Prominente wie Heinz Eggert (CDU) sowie Bestsellerautorin Tanja Kinkel den Auftakt.

„Als die Flut kam, hatte es sich erledigt, weil Meißen dann verständlicherweise andere Sorgen hatte“

„Wir mussten fünf öffentliche Bühnen selbst bespielen und private Initiativen ermuntern, in Läden, Kneipen oder anderen Räumen ebenfalls Lesungen anzubieten“, beschreibt Hannot die Herausforderung. Alles in allem 104 Veranstaltungen standen von Donnerstag bis Sonntag auf dem Programm, die von den Besuchern komplett kostenfrei besucht werden konnten.

8500 Menschen machten zum Start von dem neuen Angebot Gebrauch. Und auch in den folgenden Jahren blieb das Publikum dem Literaturfest treu, sodass die Besucherzahl bereits 2012 einen Spitzenwert von 17 000 Gästen erreichte. Auf diese Weise entwickelte es sich innerhalb kürzes-



Walter Hannot, Chef der Dresdner Marketing-Agentur Heimrich und Hannot

Foto: Amac Garbe

ter Zeit zu Deutschlands größtem Open-Air-Literaturfest.

Trotz des großen Zuspruchs musste Initiator Walter Hannot in der Anfangszeit kleinere Veränderungen vornehmen und einfordern. „Wir mussten ja auch erst einmal Erfahrungen sammeln, wie sinnvoll es ist, im öffentlichen Raum zu lesen. In diesem Zusammenhang war es beispielsweise ein Kraftakt, zu unterbinden, dass in der Nähe von bestimmten Bühnen Motorräder vorbeifahren dürfen, weil das einfach störte.“ Darüber hinaus hätten gerade ältere Leute Schwierigkeiten mit dem Kopfsteinpflaster gehabt, und manche Orte, wie die Bühne am Amtsgericht, seien rundweg abgelehnt worden. „Der Innenhof des Amtsgerichts war zu weit weg von den anderen Veranstaltungen. Außerdem war es recht windig, als Landtagspräsident Matthias Rößler dort einmal gelesen hat“, erinnert sich Hannot und fügt an: „Besonders spannend waren hingegen Orte wie das Kornhaus, wo früher einmal die sächsische Königsfamilie gewohnt hat, oder Höfe und Gärten, die von Privatpersonen geöffnet wurden, weil man die ja sonst nicht kennt.“

Wenig Mittel, große Wirkung

Genau um diesen Aspekt geht es neben der Literatur nämlich auch. Die Menschen sollen die Stadt aus neuen Blickwinkeln entdecken und sich vor allem des reichhaltigen kulturellen Erbes von Meißen bewusst werden. „Ich kenne Meißen seit den 1990er-Jahren und habe gedacht, dass wir mit dem Fest auf diese Tradition etwas draufsetzen. Mir war nicht klar, dass wir stattdessen etwas gegen den Trend machen, weil die Stadt als lebendes Museum längst weggebrochen war“, sagt Hannot.

Der Unternehmer kritisiert vor allem, dass die Stadt nichts aus ihren Schätzen macht. „Meißen hat vielleicht zehn bis 15 Attraktionen, bei denen andere Gemeinden froh wären, wenn sie nur eine davon hätten.“ So sei der Schlosspark Siebeneichen einer der frühesten englischen Landschaftsgärten in Sachsen, aber kein Schild weise dort hin, ärgert sich Hannot.

Mit dem Literaturfest und dem später etablierten Chorfest möchte er gezielt Impulse setzen, die weiter tragen. „Beim Literaturfest war das von Anfang an so angelegt, dass wir es mit der Agentur ins Laufen bringen, es dann aber selbstständig weitergeführt wird“, sagt der Unternehmer und ergänzt: „Darüber hinaus wollten wir Kritikern zeigen, dass man auch mit geringen Mitteln eine große Wirkung erzielen kann.“ Er wünscht sich, dass Meißen nicht nur seinem Namen als Porzellan- und Burgstadt, sondern auch als umfassende Kulturstadt, die von Touristen lebt, Ehre macht und noch mehr als bisher ganzjährig Veranstaltungen angeboten werden. „Das ist am Ende keine Frage des Geldes, sondern der Ideen“, sagt Hannot.

Stephan Hönigschmid

» Das nächste Literaturfest findet vom 8. bis 11. Juni statt.