

# Panik City – Hamburgs digitaler Leuchtturm im Ausstellungswesen

Axel Strehlitz

Geschäftsführender Gesellschafter Panik City Betriebs GmbH

[strehlitz@klubhaus-stpauli.de](mailto:strehlitz@klubhaus-stpauli.de)

Panik City – Udo Lindenberg's Multimedia Erlebnis Deutschland

[info@panikcity.de](mailto:info@panikcity.de)

**KURZDARSTELLUNG:** Im März 2018 eröffnete im Herzen der Hamburger Reeperbahn PANIK CITY – Udo Lindenberg's Multimedia Erlebnis. Auf rund 700 Quadratmetern erleben die Besucher das rasante Leben von Deutschlands größtem, lebenden Entertainer: Udo Lindenberg, 72, ist derzeit auf dem Höhepunkt seiner fast 50-jährigen Karriere: er ist der meistverkaufte Rockmusiker der von ihm so genannten ‚Bunten Republik Deutschland‘. Aber auch als bildender Künstler machte er sich einen Namen: seit 1990 erschafft und verkauft der Kunstmaler Lindenberg mehr Werke in Deutschland, als alle seine Berufskollegen. Sein Leben ist geprägt von Erfolgen, todesnahen Abstürzen und einem unvergleichlichen Comeback. Lindenberg's Einfluss auf Jugendsprache, politische Entwicklungen im Nachkriegsdeutschland sowie auf die Wiedervereinigung sind unbestritten.

Panik City zeichnet seinen einzigartigen Werdegang in sechs Stationen nach und bedient sich dabei technischer Mittel wie Virtual Reality, Augmented Reality, übergroßer, digitaler Touch-Tables, sowie vieler anderer, eigens für diese Besucherattraktion entwickelter Technik. Die ausgeklügelten digitalen Möglichkeiten bleiben jedoch stets im Hintergrund und dienen lediglich als Transmitter einer sehr emotionalen Erzählung.

## 1. EINFÜHRUNG

20.03.2018 – Das renommierte Hamburger Abendblatt erscheint auf Seite 1 mit dem Aufmacher: Panik City – die neue Attraktion auf dem Kiez. Gleichzeitig titelt die BILD-Zeitung: Panik City: Udos Gigantischer High-Tech-Spaß.

Was war da passiert? Am Vorabend eröffneten wir das Udooversum, Udo Lindenberg's Rake-tenstation oder kurz: Panik City – Udo Lindenberg's Multimedia Erlebnis. Wir, das bin ich, Axel Strehlitz, langjähriger Fernsehmacher bei Spiegel TV, Corny Littmann, Impresario von Deutschlands größten Privattheatern, Volker Filip, Theater-Techniker und Damian Rodgett, Experte für Virtual Reality und Digitalism.

Mit Panik City hatten wir offensichtlich einen Nerv getroffen. Einen medienübergreifenden

Nerv der Begeisterung und des Staunens. Etwas, was berührt, zu Herzen geht, Erkenntnis bietet und einfach Spaß macht.

Das ist gute 7 Monate her. 30.000 Menschen haben uns in der Zwischenzeit besucht. Mehr als 500 Bewertungen können Sie im Internet von unseren Gästen nachlesen: Bei Google, Facebook und bei TripAdvisor. Nur eine einzige davon ist schlecht – und wenn es nicht zu flapsig für diesen Kreis wäre, würde ich behaupten, diese eine stamme von Heino, der Incognito da war.

Doch welchen Nerv hatten wir eigentlich getroffen? Was gefällt den Menschen so sehr an Panik City? Hamburg ist ja in vielfacher Hinsicht ein Magnet für Besucher: 98 Museen listet Wikipedia in Hamburg. Die Stadt ist Deutschlands Hauptstadt des Musicals. In Hamburg können wir Erlebnisse. Obendrein buhlt unsere Panik City mit weiteren Mitbe-

werben wie dem Miniaturwunderland, Hamburg Dungeon und Dialog im Dunklen um Gäste. Und doch haben wir bislang mehr als 30.000 Menschen erreicht, die uns besucht haben.

Im Folgenden möchte ich Sie mitnehmen auf eine panische Reise ins Ausstellungswesen, eine Reise getrieben von Leidenschaft – und nicht von Zahlen. Vom Vordenken statt Nachdenken. Und von emotionalen High-Tech-Erlebnissen statt Patina.

## 2. FACTS

Panik City ist eine Erlebniswelt auf rund 700 Quadratmetern. Wir befinden uns mitten auf der Reeperbahn. Im 4. Stock des so genannten Klubhaus St. Pauli. Ein neu geschaffener Ort für Theater, Musikkultur, Escape Rooms und Clubs.

2,2 Mio Euro wurden in die Entwicklung von Panik City investiert. In Software, in Hardware. In den Bühnenbau und natürlich in Elektronik. Das Geld stammt zu Zweidritteln von uns vier Gesellschaftern, ein Drittel wurde von einer Bank investiert. Das zeigt, wie sehr wir an das Projekt glauben. Ja, auch glauben müssen.

Kreative Köpfe des Projekts waren und sind Corny Littmann und ich, die wir Panik City auf dem Papier und aus dem Bauch heraus entwickelt haben. Zusammen mit den digitalen Masterminds von Pilot Screenntime, allen voran Damian Rodgett.

Panik City wäre aber auch nicht möglich gewesen ohne die enge Zusammenarbeit mit der Macromedia Hochschule in Hamburg, die ihre Studenten in einem Semesterprojekt hat entwickeln lassen, wie man einen Rockmusiker zum Virtual Reality-Erlebnis machen kann.

Unsere geführten Touren, die immer von einem Guide begleitet werden, beginnen täglich um 10 Uhr. Alle zwanzig Minuten gehen bis zu 20 Gäste auf eine 90-minütige Erlebnisreise durch das Leben eines besonderen Künstlers, der gleichbedeutend DER Spiegel der gesellschaftlichen Entwicklung im Nachkriegsdeutschland ist: der Muff der 50er Jahre, Rock'n'Roll und Jazz in den 60ern, Proteste gegen Atomwaffen-

Stationierung, Wiedervereinigung, Aufbegehren gegen Rechts.

Udo Lindenberg nennt dies ‚Unterhaltung mit Haltung‘: Sämtliche gesellschaftspolitischen Themen der vergangenen 60 Jahre spiegeln sich im Leben und künstlerischen Schaffen eines Mannes.

Das ist ein Glücksfall für jeden Lehrplan.

## 3. VIRTUAL REALITY

Ein besonderes Mittel der Panik City ist Virtual Reality. Unsere Gäste erleben mit der kabellosen VR-Brille das Gefühl eines Künstlers, vor bis zu 60.000 Menschen auf der Bühne einer Konzertarena zu stehen. Sie haben den Blick des Stars auf die Menge, sind neben ihm und allen anderen Künstlern On Stage und erfahren die Einmaligkeit dieses Rausches.

Einmalig ist auch der technische Aufwand im Hintergrund: wir schaffen es, ohne Pause 12 Stunden täglich und 7 Tage pro Woche den Betrieb ohne Unterbrechungen aufrecht zu erhalten. Bisher unfallfrei.

Dabei wird die VR-Brille nicht als technischer Superlativ wahrgenommen, sondern als ganz selbstverständliches Hilfsmittel nach wenigen Sekunden des Tragens vergessen. Erstaunlicherweise spricht kein Besucher im Anschluss von der Einmaligkeit des VR-Erlebnisses, sondern von der Einmaligkeit des Konzerterlebnisses – nämlich aus anderer Perspektive. Die Technik wird von den Allermeisten sofort in den Hintergrund gestellt. Es ist das Erlebnis, das bleibt.

## 4. AUGMENTED REALITY

Ein weiteres Mittel zur eigenen Erfahrung ist Augmented Reality. Sie erinnern sich: Vor gut zwei Jahren schwappte mit Pokemon Go eine Welle über die weltweite Jugend: die Suche, nein die Jagd, nach virtuellen Fabelwesen brachte Kinder in Gefahr und Eltern in Sorge. Basis dieses Spielevergnügens ist Augmented Reality: überlagerte Realität. Dabei sehen die Spieler auf dem Display ihres Handys oder Tablets das reale, von der Kamera gerade aufgezeichnete Bild – sowie ein weiteres, technisch Überlagerndes.

In Panik City bedienen wir uns dieser Technik: in der Station ‚Udo und der Osten‘ erzählen wir Lindenburgs Einfluss auf die

Maueröffnung und seinen Einfluss auf die Meinungsbildung der DDR-Jugend nach: auch seine Begegnung mit Erich Honecker, Auszüge aus seiner Stasi-Akte, sein Konzert im Palast der Republik.

Jedoch gehen in dem bewusst weiß gehaltenen Raum die Besucher selbst auf Entdeckungsreise: mit einem Tablet in der Hand und einem Kopfhörer auf den Ohren. 5 im Raum platzierte Objekte werden von der Kamera ihres Devices erkannt und starten auf dem Display einen kurzen, dokumentarischen Film zum jeweiligen Thema.

Jeder Besucher einer Gruppe macht seine ganz eigene DDR-Recherche und wird zum zeitgeschichtlichen Entdecker. Das ist nicht nur kurzweilig und lehrreich, sondern durch den Einsatz modernster Technik auch sehr aufmerksamkeitsfördernd, insbesondere bei Schulgruppen, die sonst schwer für diese Themen zu begeistern sind.

## 5. TOUCHTABLES

Udo Lindenberg ist Deutschlands meistverkaufter Maler. Seine Werke stehen in zahlreichen Museen. Sie gehören natürlich auch in die Panik City. Doch er will schon museale Gemälde an der Wand betrachten? Udo war von Anfang an klar: in meinem Universum soll es fröhlich zugehen. Aus diesem Grunde werden in der Station ‚Likörelle Bar‘ die Besucher zu Akteuren.

Während der ‚Alte Meister‘ Lindenberg von einem Screen sprechend seine weltweit patentierte Technik der Likörelle erklärt und dabei zeitgleich eines auf Glas malt, fordert er die Besucher dazu auf, es ihm an den eigens hierfür entwickelten 2 x 1 Meter großen Touch-Tables gleichzutun. Zur Verfügung stehen verschiedene Motive aus Lindenegs Sammlung, die die Gäste mit virtuellen Farben auf den Tischen ausmalen können.

Besonderer Clou: Jeder kann sich seine Werke per Mail zur Erinnerung zusenden. Die Station ist einer der größten Spaßmacher in der Panik City – und gleich welchen Alters: hier sind die Besucher nur schwer wieder rauszubekommen.

## 6. ERLEBNIS

Technik ja – aber nur als Unterstützung, Hilfsmittel und Transporter. Im Vordergrund steht immer das Erlebnis.

In der Panik City geht es um Information und Emotion. Wir wollen dem Besucher das reale Gefühl geben, wie es ist, vor bis zu 60.000 Zuschauern aufzutreten. Was erlebt der Künstler dabei? Welche Hilfsmittel befinden sich auf der Bühne, wer agiert wo im Hintergrund? IWas fühlt er?

In der Panik City erlebt er es – und vergisst schon nach kurzer Zeit die Technik, die ihm das beschert hat.

## 7. EMOTIONEN

Gefühle sind die DNA der Verständigung und des Verstehens. Staunen, Anfassen, Mitmachen. Erkenntnisse haben. Lernen. Behalten. Und immer spielerisch bleiben.

Udo Lindenberg hat von Anfang an postuliert: „Ich bin kein Pädagoge, kein Oberlehrer. Die Menschen sollen Spaß haben und dabei etwas mitnehmen, was die Welt ein bisschen besser macht, als wir sie vorgefunden haben.“

So wie sich Lindenberg der Emotion bedient, macht es auch Panik City. Gänsehaut ist nachhaltiger, als Auswendiglernen.

## 8. BILDUNG

Deswegen fasse ich zusammen: Auf spielerische Weise ist Panik City ein Beispiel dafür, wie man durch den Einsatz modernster Technik Menschen auch für gehaltvolle, gesellschaftspolitische und zeitgeschichtliche Themen begeistern kann.

Ich bedanke mich für Ihre Aufmerksamkeit und möchte Sie einladen, Panik City selbst einmal zu erleben. Seien sie mutig.

Denn das Glück ihrer Besucher beginnt mit ihrem Mut und ihrer Haltung, den Besucher dort abzuholen, wo er sich wohlfühlt. Und ihn dann von dort aus zu entführen – in eine Welt, für die wir als Mesuemsmacher brennen und von der wir ihn, den Besucher, begeistern möchten.