

# Schüler des St. Raphael-Gymnasiums Heidelberg erlaufen 8.000 Euro für unicef-Projekt in Afrika



„Das entspricht in etwa der Strecke von Heidelberg bis Rom!“, sagt Volker Hoffmann voller Stolz. Der Lehrer am St. Raphael-Gymnasium in Heidelberg meint damit die insgesamt 3.285 Stadionrunden, die die Schüler gemeinsam mit ihren Lehrern im Rahmen des diesjährigen Schulsportfestes zugunsten für UNICEF gelaufen sind. Das Sportfest brachte einen Erlös von 8.000 Euro. Dieser Betrag geht an das UNICEF Bildungsprojekt „Schulen für Afrika“, das UNICEF zusammen mit der Nelson Mandela Stiftung ins Leben gerufen hat. Ziel des Projektes ist es, in sechs Ländern des südlichen Afrikas Schulen zu bauen beziehungsweise instand zu setzen.

Zusammen mit der UNICEF Hochschulgruppe Mannheim kümmerten sich vor allem Schüler der SMV, die Elftklässlerin Annette Schirmer sowie die Lehrer Susanne Bockmeyer und Volker Hoffmann um die Organisation und Durchführung des Spendenlaufs. Im Vorfeld des Sportfestes hatten sich die Läufer im Familien- und Freundeskreis Sponsoren gesucht, die dann pro gelaufener Runde oder pauschal einen selbst gewählten Betrag spendeten. Als Sponsoren fanden sich neben Privatpersonen aber auch Firmen und Geschäftsleute aus der näheren Umgebung. Während die Eltern in einem aus-

führlichen Brief über den Lauf und das Projekt „Schulen für Afrika“ informiert wurden, gab es in der Schule selbst neben einer Ausstellung auch eine Infoveranstaltung zum Thema. Topläuferin war die Zehntklässlerin Ines Funke, die mit 50 Runden à 400 m einen Halbmarathon zu Gunsten des unicef-Hilfsprojektes absolvierte. **pr**

**Nota bene** - gerade feiert das „St. Raphael“ seinen 75. Geburtstag. Ein Tag der offenen Tür leitete einen Vielzahl von Veranstaltungen ein: Der von Erzbischof Robert Zollitsch zelebrierte Festgottesdienst, ein feierlicher Festakt in der Aula sowie ein anschließender Empfang standen ebenso auf dem Programm des Raphael-Jubiläums, wie Ausstellungen und Führungen durch die Schule. Hier fühlten sich auch viele „Ehemalige“ - wieder - gut aufgehoben.

**Und, zu guter Letzt** habe, so Theaterintendant Peter Spuhler, er noch nie ein so gutes Schultheater erlebt, wie die Raphaelsche Orestie-Produktion der Theater - AG. Spontan lud er ein - zu Schillers Räuber in seinem Haus. Wenn nun demnächst Wolfgang Mettenberger mit der Hölzerlin Theater-AG nachzieht, könnte es ja sein, daß Peter Spuhler ins Grübeln kommt. Herausragend gut sind ja wirklich beide Truppen. Schauen wir mal. **am**

## Neue Senatoren gewählt

Am kommenden Donnerstag nehmen die neu gewählten studentischen Senatoren zum ersten Mal ihr Amt wahr. Ihre Amtszeit beginnt mit einer außerordentlichen Sitzung des Senats. Thema werden die Umstrukturierungsmaßnahmen der Universität Heidelberg sein.

Die vier studentischen SenatorInnen waren im Juni turnusgemäß neu gewählt worden. Mit Mariana Pinzón (Fachschaft Philosophie), Friedemann Vogel (Fachschaft Germanistik) und dem von einem hinteren Listenplatz kandidierenden Damian Ludewig (Fachschaft VWL) konnte die Liste der Fach-

schaften durch eine überdurchschnittlich hohe Wahlbeteiligung überraschend drei der vier studentischen SenatorInnenposten erringen. Der vierte Platz ging an die Grüne Hochschulgruppe. Der CDU nahe RCDS, die JUSO-Hochschulgruppe sowie der RCBS gingen leer aus.



Damian Ludewig, 25 Jahre, 11. Semester Volkswirtschaftslehre



Mariana Pinzón, 23 Jahre, 7. Semester Philosophie, Politik und Religionswissenschaft



Friedemann Vogel, 22 Jahre, 5. Semester Germanistik, Philosophie und Psychologie

## Deutschpop? Radioquote?

Unser Kaufkraft ist im Schwinden; teils, weil wir, „die Jugend“ selbst schwinden, teils, weil wir andere Bedürfnisse haben, als die mit Plattenspielern aufgewachsene Generation.

Tim Renner, ehemaliger Deutschland-Chef von Universal, hat in seinem lesenswerten Buch „Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm!“ die alte Musikindustrie ganz ohne Krokodilstränen beerdigt. Er empfiehlt: „Man kann hier von der Pornindustrie lernen.“ Denn diese mache sich die am Häppchenprinzip orientierten Internetmechanismen zunutze und biete Bilder und Filmausschnitte auf Tauschbörsen an, von denen aus der wirklich Interessierte dann gegen Gebühr das Ganze ordern könne. Vermutlich liegt hier auch die Zukunft der Musikindustrie, zumindest für die junge Generation, der eines Tages sogar das herkömmliche downloading antiquiert vorkommen wird. Trotz der Anzüglichkeit von Renners Vergleich, Nostalgie ist feil

am Platze: Das Interesse an Musik in ihrer herkömmlichen Form läßt nach, Musik wird allgegenwärtig und damit irrelevant. Die Mehrheit weiß mit dem Werkcharakter einer Platte nichts mehr anzufangen, wie sie es auch nicht mehr gewohnt ist, von einem festen Ort aus zu telefonieren. Den Zwanzigjährigen muß eine Originalplatte der „Beatles“, die doch erst dreieinhalb Jahrzehnte alt ist, so vorkommen wie heutige Lesern eine Erstausgabe von Goethe. Selbst klassische Bands sind nicht mehr an die herkömmlichen Formate gebunden, wie sich gerade bei der Britpop-Band „Coldplay“ zeigt, deren neue Single hunderttausendfach über Apple/i-Tunes vertrieben wird und trotzdem nicht in die Hitparade gelangt. Die Bedeutungslosigkeit von Chartsplatzierungen, an die höchstens noch Grand-Prix-Zuschauer glauben, ergibt sich aus der immensen Verfügbarkeit der Titel. Die pophistorisch wichtige Dialektik aus Volkstümlichkeit und Geschmacksdistinkti-

on wird ausgehebelt; der einst genau definierte Ort, an dem Musik gehört und gedeutet wurde - am Plattenspieler und beim Konzert -, ließ jenes Elitebewußtsein zu, das Abgrenzung ermöglichte und jetzt getilgt wird, weil Musikhören etwas in jeder Hinsicht Unbesonderes geworden ist. Hinzu kommt, daß das kostengünstigere Wirtschaften der Plattenfirmen deren künstlerische Profile schleift. Der Druck, den ein Plattenvertrag ausübt, wird sich weiter erhöhen und dafür sorgen, daß sich die Firmen von erfolglosen Musikern noch schneller trennen. Das Produkt wird in aufdringlichen Marketingkampagnen zerrieben. Kaum eine Firma verzichtet darauf, ihre „Medienpartner“ mit Interviews des Künstlers flächendeckend zu versorgen, mit dem Ergebnis, daß dann überall das gleiche steht. In dieser Omnipräsenz bereitet der Vorberichterstatter verflüchtigt sich das Produkt, und wenn es dann endlich in den Läden

Du konntest den ganzen Hype um Harry Potter noch nie verstehen? Du hast keine Lust, dich durch einen 600-Seiten-Wälzer zu schmökern, nur um zu erfahren, welche Hauptfigur der Magier-Saga am Ende stirbt? Eine amerikanische T-Shirt-Firma hält genau das richtige Spielverderber-Tool für Sie bereit.

Phoenix/Arizona - Motto-T-Shirts sind eine Plage. Von „Kniertief im Dispo“ über „Fight Club St. Pauli“ bis hin zu plakativen Bekenntnissen zur geliebten Heimatstadt

kann man sich alles Mögliche zur Brust nehmen und den Mitmenschen seine Haltung zu Stil- und Lebensfragen aufdrängen. Auch in den USA haben Motto-Shirts eine lange Tradition, einige der innovativsten Motive werden bei der im US-Bundesstaat Arizona ansässige Firma T-Shirt Hell hergestellt.

Neben Shirts mit zotigen Aufdrucken wie „Could You Come Back in A Few Beers?“ oder „I Only Support Gay Marriage If Both Chicks Are Hot“ hält der Internetshop jetzt auch das Hemd für alle



Achtung! Wenn Du nicht wissen willst, wer in Harry Potter 6 stirbt, dann guck um Himmels Willen nicht auf dieses Bild!

steht, spricht man schon gar nicht mehr davon, wie sich etwa unlängst am pompös vorgestellten Album von Marius Müller-Westernhagen gezeigt hat.

Bei alledem geht es nicht um einzelne Musikstile, erst recht nicht um den als Branchenrettung gefeierten Deutschpop oder eine Radioquote. Es geht um das Ende eines riesigen Marktes, den wir seit Jahrzehnten kennen wie unser altes Sozialsystem. Neue Vertriebswege und neue Hörgewohnheiten werden etwas anderes, viel Abstrakteres aus ihm machen, das die haptische Kultur oder die an den Besitz eines Albums gebundene Exklusivität und Individualität aussehn lassen wird wie vorindustrielle Errungenschaften. Die Popmusik wird deshalb nicht verschwinden. Doch ihre identitätsstiftende Macht wird sie vermutlich einbüßen. Indifferenz

ist der Preis für eine Allgegenwart, die auch Musikbesessenen einmal erstrebenswert schien: das Vordringen in die hintersten Winkel, die tiefsten Ritzen des jedermann zugänglichen öffentlichen Raumes. Welchen Reiz könnte ein Lied nämlich noch haben, wenn man es jedesmal hört, sobald das Telefon läutet?

Sparen ist in  
Bilden ist clever  
Wir bieten beides!  
Das neue  
vhs-Programm

vhs!  
Volkshochschule  
Heidelberg

Harry-Hasser bereit: Für 18 Dollar verrät man nicht nur, auf welcher Seite welche wichtige Hauptfigur der Potter-Saga im neuen Band „Harry Potter and the Half-Blood Prince“ stirbt, man riskiert vermutlich auch Schläge erboster Fans, die den neuen 600-Seiten-Schmöker von Joanne K. Rowling noch nicht zu Ende gelesen haben. Besonders perfide: Unter der Enthüllung steht der selbstgerechte Satz „I just saved you 4 hours and \$ 30“ in Anspielung auf die Zeit, die man zum Lesen braucht, und den amerikanischen Kaufpreis des sechsten Potter-Bandes.

Der Vorteil: Wer schon immer seine ganze Ignoranz gegenüber Harry Potter zur Schau stellen wollte, findet mit diesem Shirt ein echtes Spielverderber-Gimmick. Nicht vergessen: Viele einheimische Fans warten noch auf die deutsche Ausgabe des Halbblut-Prinzen. Und die erscheint erst am 1. Oktober.

P.S.: Nach unserem Kenntnisstand gibt es keine direkte Verbindung zwischen T-Shirt Hell und Lord Voldemort. Aber wer weiß ...?

**F+U Academy of Languages**

- Sprachkurse
- Sprachreisen
- Außenwirtschaftsreferent/in mit Wirtschaftsentg.
- Internationales Prüfungszentrum für Sprachen und EDV
- Fremdsprachenkorrespondent/in
- Europasekretär/in
- Übersetzer/in
- Dolmetscher/in

**Nie mehr sprachlos!**

**F+U Academy of Languages Heidelberg**  
Hauptstraße 1 • 69117 Heidelberg  
Tel.: 06221/9120-35 • 0800/7772236  
Fax 06221/23452  
E-Mail: [intac@fuu.de](mailto:intac@fuu.de) • [www.fuu.de](http://www.fuu.de)