

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Dossier

Bunte Langeweile

Historische Bauten sind bei den Bauherren der Center beliebt, weil sie Aura versprechen. Doch mit ihrer keimfreien Ästhetik und dem Filialisten-Einerlei zerstören die Investoren, was sie begehren

Hanno Rauterberg

Bei Piraten heißt so etwas kapern. Diese hier schwenken zwar keine blutbefleckten Säbel, lieber Überweisungsformulare, und ihre Enterhaken

sehen eher aus wie Baukräne, doch das Beiholen und Ausplündern beherrschen sie perfekt. Sie wollen den Schatz. Einen Schatz namens Aura.

Aura ist selten, vor allem in deutschen Innenstädten. Was der Krieg nicht zerstörte, das machte die Nachkriegszeit platt; so ziemlich alles, was alt war, wurde abgerissen. Saarbrücken zum Beispiel. Da wohnt die große Tristesse, und eigentlich ragt nur dieses eine Gebäude heraus, ein wunderbarer Palast, ein Palazzo sogar, ein Stück Florenz mitten im Einkaufszonenallerlei. Es ist die Bergwerksdirektion, 1880 erbaut von den berühmten Architekten Martin Gropius und Heino Schmieden, ein Haus mit Aura. Gerade recht für die Männer mit den Säbeln und den Enterhaken.

Rundum stehen viele Häuser leer, mehr als 30000 Quadratmeter, bestens geeignet für Büros und Läden. Die Büros im Bergwerkspalazzo waren hingegen gut vermietet, es gab keine Not, ihn zu verkaufen, keine Not, ihn in ein Shopping-Center des ECE-Konzerns umzuwandeln. Genau das aber soll nun passieren: Der Bau wird ausgeweidet, ausgeschabt. Und am Ende wird von einem der wichtigsten Kulturdenkmäler des Saarlands wohl nichts übrig sein als die Straßenfassade und das Treppenhaus. Die Denkmalpfleger haben längst klein beigegeben, nur die Bürger wehren sich noch, sie nennen das, was die ECE dort plant, eine »Vergewaltigung«.

So ist es vielerorts: Da werden Städte in der Stadt errichtet, sie

werden hineingedonnert mit Abrissbirne und Presslufthammer, auch wenn es im alten Geflecht der Straßen und Giebelhäuser in Celle, Hameln oder sonstwo viel zu eng ist für eine dieser üblichen Großpassagen. Doch mit aller Macht drängt es die Center ins Zentrum. Sie nehmen langwierige Verhandlungen hin, wüste Bürgerproteste, teure Umbauten. Und warum das alles? Weil sie sich von der Stadt erhoffen, was sich partout nicht künstlich generieren lässt: Sie möchten unverwechselbar sein und historisch wertvoll.

Schon die Namen der Center sollen ja urbanes Leben verheißen. Arkade, Forum, Kolonnade, Piazza heißt selbst das, was draußen auf der grünen Wiese am Stadtrand steht. Eintönig sind sie trotzdem, diese Großgebilde aus Glas, Granit und Stahl. Ganz anders als die stolzen Vorgänger, die im 19. Jahrhundert in Paris und Mailand entstanden. Da plante man noch mit hohem Anspruch, das Einkaufen sollte durch kühne Hallen geadelt werden, die Architektur war ein Versprechen. Heute baut ECE nach dem H-Milch-Prinzip: garantiert keimfrei, geschmacksneutral und homogenisiert. Wo immer der Kunde einkauft, überall ist H&M, ist Douglas, ist Nordsee, alles austauschbar, alles entortet. Mag auch der Rest der Gesellschaft immer ungleicher werden, im

Einkaufszentrum gilt noch das Ideal absoluter Gleichheit.

So richtig glücklich sind die ECE-Manager damit allerdings nicht. Und so machen sie es wie ihre Kunden in der Modeboutique: Sie halten Ausschau nach einem neuen Look für ihre Center. Nach einem urban dress mit viel Geschichtsstress, mit keckem Kulturhütchen und schwerem Bedeutungsmantel. In Braunschweig greifen sie sogar nach monarchischer Robe: Die Fronten des Stadtschlusses, vor Jahrzehnten abgerissen, werden mit großem Tamtam von der ECE neu errichtet. Doch natürlich wird auch dort hinter den Fassaden wieder das übliche H&M-Douglas-Nordsee-Gemenge einquartiert. Es geht eben nur um Gemütskulissen, nicht um Tradition und Geschichte. Und um Denkmale schon gar nicht. So zerstört der ECE-Konzern paradoxerweise das, was er doch eigentlich begehrt. Er sucht das Wahrhaftige und reißt es ab. Er wünscht sich authentisches Leben und vernichtet es mit seiner keimfreien Ästhetik.

Nun kann man zu keimfrei auch sauber sagen. Und sich daran freuen, dass diese ECE-Mini-Städte viel gepflegter sind als die üblichen Einkaufsstraßen mit ihren Waschbetonkübeln und Schmutzelbänken. Keine nervtötenden Straßenmusiker, keine stinkenden Autos, kein Nieselregen im Grunde könnte das

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Shopping-Center eine Idealstadt sein. Von dergleichen träumten tatsächlich viele Architekten der Moderne, alles in den Städten sollte fein säuberlich getrennt werden, das Wohnen vom Arbeiten und das Arbeiten vom Erholen.

Wer nicht ins aufgeräumte Weltbild passt, dem droht Hausverbot

Das Ergebnis dieses Zonendenkens war die Einkaufszone, die sich spätestens am Abend leerte und am Wochenende stets ins Koma fiel. Alles, was hier urban hätte sein können, wurde zugepollert, mit Bänken verstellt. Und weil das Geld für die Pflege in aller Regel fehlt, sehen selbst hochdesignte Papierkörbe im Nu selber aus wie Müll, mit Kaugummis verschmiert, mit Graffiti überzogen, von Werbeplakaten für irgendwelche Reisediaschauen verunstaltet. So könnte man der ECE fast dankbar sein, dass sie nun Einkaufszonen mit Glasdeckel baut, mit polierten Fußböden und stets frischem Gründekor.

Allerdings gibt es doch einen Unterschied, einen prinzipiellen Unterschied. Selbst die hässlichste Zone ist ein städtischer Raum, und das heißt: Hier haben alle Bürger der Stadt dasselbe Recht. Das Einkaufszentrum hingegen ist ein Haus, und dort bestimmt ein Hausherr, der Center-Manager, seinen Regeln hat ein jeder zu gehorchen. So gibt es hier keine politischen Kundgebungen und keine Demonstrationen, niemanden, der Unterschriften sammelt. Allen droht Hausverbot, die nicht ins aufgeräumte Weltbild passen: Bettlern oder Skatern oder Straßengauklern oder einfach Menschen, die unter Menschen sein wollen, weil sie einsam sind und der Fernseher sie nicht tröstet.

Der ECE-Konzern ist halt nicht die Wohlfahrt, er will verdienen, und das kann ihm niemand zum Vorwurf

machen. Das Verkaufen, das Handeln war ja der Anfang von allem, die meisten Städte entstanden dort, wo es einen Markt gab. Nur versprach dieser Markt damals noch Freiheit. Und es war eine Errungenschaft der bürgerlichen Stadt: dass sie sich als selbstbestimmte Gemeinschaft der Gleichen verstand, unsortiert, unverzont und durch keine ECE-Regeln bedrängt.

Die Folgen waren nicht immer angenehm: Oft entluden sich auf den Straßen und Plätzen die Konflikte der Gesellschaft. Auch heute steckt eine lebendige Stadt voller Spannungen und Gegensätze. Deshalb gilt sie manchen als Moloch, gar als Hure Babylon, verrucht, gefährlich, unberechenbar. Doch gerade weil nicht alles kontrolliert und vorherbestimmt ist, weil es Freiräume gibt, treibt die Stadt wie ein Motor die Zivilisation voran. Ihr verdanken sich so gut wie alle wichtigen Entdeckungen, alle kulturellen Errungenschaften. Nicht zuletzt auch die Prinzipien der Aufgeschlossenheit und Toleranz. »Urbanität ist die überlegene Unfähigkeit, sich über schlechte Manieren anderer zu ärgern«, so sagt es Stendhal.

In den USA schließt gerade ein Shopping-Center nach dem anderen. Wäre also die europäische Stadt schon immer so durchrationalisiert, überwacht und aufpoliert wie die ECE-Center gewesen unsere Welt sähe anders aus, ärmer und undemokratischer. Und diese Welt scheint nun zu drohen. Denn das Prinzip ECE greift mittlerweile auch dort, wo kein ECE ist. Hohe Sicherheit, keine Bettler, viel Eventzirkus, daran haben sich die Kunden gewöhnt. Daher versuchen nun die Innenstädte der Shopping-Center-Konkurrenz zu trotzen, indem sie diese imitieren. Die Citys werden gleichförmiger, kontrollierter, festivalisierter, überall

verstellen kreisbunte Kunstbären, Kunstlöwen, Kunstwasserträger die Straßen. Hingegen wird der eigentliche Reiz des Urbanen, das Unvorhersehbare, das Freigesinnte, gern als Risiko betrachtet und an den Rand gedrängt. »Stadtluft macht nicht mehr frei«, sagt der Soziologe Werner Sewing.

»Stadtluft macht Konsumenten und Touristen.«

So weit die schlechte Nachricht. Die gute Nachricht: Jedes ECE-Center hat einen Ausgang, und erstaunlich viele Menschen suchen ihn auch. Wohl nirgendwo sonst auf der Welt ist der Drang nach draußen so groß wie in Deutschland. Von März bis Oktober sitzen die Menschen im Freien, und selbst im Winter trinken manche ihre Latte macchiato vor der Tür, es glüht der Heizpilz-Urbanismus. Auch sonst ist der öffentliche Raum beliebter und bewegter denn je: Da wird gewalkt, gejoggt, geskatet, so gut wie jede größere Stadt hat ihren Marathon und ihr Fahrradrennen. Und selbst so eigenartige Sportarten wie Turbogolfen haben Hochkonjunktur, mit Ball und Schläger geht es quer über stillgelegte Bahngleise oder Baustellen.

Es zeigt sich: Das Konsum-Ich der Deutschen mag ECE und die Folgen nicht verdammten. Aber nur ECE wäre viel zu beengt und unbelüftet. Den Superreichen gelten die Einkaufszentren ohnehin als vulgär, da soll sich doch der Plebs vergnügen, die schnöde Mittelschicht. Ähnlich können auch viele Jüngere mit den Shopping-Centern nur wenig anfangen, vor allem jene nicht, die von Milieuforschern gern als Hedonisten bezeichnet werden, als Experimentelle oder Performer und die oft in der stetig wachsenden Medien- und Kreativbranche arbeiten. Ihnen sind die ECE-Welten viel zu gestriegelt, sie suchen nicht Monokultur, sondern

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Vielfalt.

Einige Produktmarken haben sich auf dieses andere Stadtverständnis schon eingestellt, Turnschuhhersteller wie Nike oder Getränkefirmen wie Red Bull. Auch ihnen geht es um Aura, lieber sprechen sie aber von street credibility, also von der Glaubwürdigkeit, die einem nur ein raues Straßendasein verleiht. Nicht die saubere, helle Stadt ist ihr Ideal, sondern die brüchige, dunkle Stadt. Und so veranstalten sie Graffiti-Wettbewerbe oder animieren die Jugendlichen zu Fußballturnieren auf den Bolzplätzen der Vorstadt, eingefasst von hohen Gitterzäunen. »Die Freiheit liegt hinter Gittern«, war denn auch einer der Werbesprüche, die Nike verbreiten ließ. Oder: »Es ist strengstens verboten, nicht auf dem Rasen zu spielen«. So wird die Kontrollwut der ECE-Center ausgespielt und der Regelbruch zur Werbestrategie. Alles tun diese Firmen dafür, dass sich in der Stadt das Recht auf

Freiheit und Demonstration weiter ausleben kann. Denn Nike zum Beispiel weiß davon zu profitieren: Der Konzern organisierte in Australien sogar Anti-Nike-Demonstrationen, um so weiterhin gut bei ihrer Zielgruppe anzukommen, die nichts mehr schätzt als eine Aura von halblegaler Andersartigkeit und politisch so unkorrekt wie möglich zu sein.

Die Stadt, so stellt sich heraus, hält Räume für viele und vieles offen. Sie ist gefährdet, durch ECE-Manager wie durch Marketingstrategen der Jugendkultur. Und hat sich doch über die Jahrhunderte hinweg gegen sämtliche Gefahren behauptet. Denn: Alles Gleichförmige wird mit der Zeit langweilig, alles Inszenierte weckt ein Bedürfnis nach wahren Leben, jede Kunstwelt gebiert ihr Gegenteil. Selbst in den USA ist das so. Dort schließt gerade ein Shopping-Center nach dem anderen, von einem großen

Sterben ist die Rede. Und es lebt die Stadt.

EinKaufen hinter historischer Fassade: Die Arkaden des Schlosses in Braunschweig / Ausgeweitetes Kulturdenkmal: Die Saar-Galerie in Saarbrücken / Rekonstruktion einer Hülle: Bau des Braunschweiger Schloss-Centers

EinKaufen hinter historischer Fassade: Die Arkaden des Schlosses in Braunschweig / Ausgeweitetes Kulturdenkmal: Die Saar-Galerie in Saarbrücken / Rekonstruktion einer Hülle: Bau des Braunschweiger Schloss-Centers /

Bildunterschrift: EinKaufen hinter historischer Fassade: Die Arkaden des Schlosses in Braunschweig / Ausgeweitetes Kulturdenkmal: Die Saar-Galerie in Saarbrücken / Rekonstruktion einer Hülle: Bau des Braunschweiger Schloss-Centers /

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Dossier

Innenstadt zu verkaufen

Die Firma ECE darf immer neue Einkaufszentren in die Cities klotzen. Die Kommunalpolitik gibt damit ihren Einfluss preis
Rainer Frenkel

Alexander Otto, 39, übernahm im Jahr 2000 die Führung der ECE Projektmanagement GmbH. Der Harvard-Absolvent, der in Oxford Abitur gemacht hat, ist eines von fünf Kindern des Versandhaus-Gründers Werner Otto.

Heinrich Hasselmann nennen sie gern den »Bürgermeister«. Er ist Manager des Alstertal Einkaufszentrums (AEZ) in Hamburg und somit Herr über 240 Fachgeschäfte auf 59000 Quadratmetern Einkaufsfläche.

Der Ehrentitel Bürgermeister erzählt, wenn auch halb im Scherz, vom Selbstverständnis der Betreiber. Denn die bieten alles, was der Mensch so braucht oder zu brauchen glaubt. Eingebettet in feinstes Ambiente. Umsorgt von einem Service, der demnächst von der Kinderbetreuung bis zur Autoreparatur das perfekte Einkaufen garniert.

Wer das Zentrum betritt, links teure Uhren, rechts teure Schuhe, steht schnell vor einem Springbrunnen, dessen Rhythmus spielende Kinder durch Handauflegen bestimmen; man möchte in einem der schweren, schwarzen Ledersessel verbleiben und einfach zuschauen.

Der »Bürgermeister« erläutern das Prinzip der Ladenstraße. Es ist das Mall-Prinzip, und es ist ganz einfach und sehr erfolgreich. Am linken und am rechten Ende jeweils ein »Magnet-Mieter«, zum Beispiel Galeria Kaufhof und Peek & Cloppenburg. Zwischen beiden die Flaniergänge, bestückt mit Fachgeschäften aller, auch der teuersten Art. Im Basement geht es schlichter zu, links ein Penny-Markt, rechts Budnikowsky; die gediegene Inneneinrichtung bleibt dieselbe. Überall Cafés, kleine und

große Restaurants, ein Fruchtsaftstand.

Ein Drittel der Mieter hat hier Einzelgeschäfte, ein Drittel ist in der Region zu Hause, die anderen überregional oder international bekannt. Die Grundmieten sind nach Ertragslage der Händler gestaffelt die teuerste übertrifft die billigste um das Vierfache.

Quersubvention nennt das die Branche. Die Mode hilft den Lebensmitteln.

Mieter zu finden ist offenbar kein Problem, »die Nachfrage ist hoch. Nur Spezial-Anbietern wie teuren Juwelieren müssen wir nachgehen«, sagt der »Bürgermeister«. Im Branchenmix ist der Bereich Mode und Lifestyle mit über fünfzig Prozent vorn; es folgen Lebensmittel und »Homing«, das sind Geschenkartikel, Glas, oder Gardinen, mit jeweils etwa zehn Prozent. Wer hier einkauft, kommt zu 70 Prozent aus Hamburg und Umgebung.

Die Neueröffnung des Alstertal Einkaufszentrums passt in die Szene. Denn den Städten geht es schlecht. Seit zehn Jahren stagniert der Verbrauch, während die Verkaufsflächen wuchern. Noch vor 30 Jahren konnte ein Händler auf 70, 80 Quadratmetern leben. Heute braucht er das Zehnfache, um auf seine Kosten zu kommen. Also zog er aus dem kleinen Laden in der Stadt in das Center auf der grünen Wiese vor der Stadt. Das Ladensterben wanderte vom Dorf in die Stadt. Leerstand nennt man

das, was dabei herauskommt, trading down im Fachjargon.

Gleichzeitig schmelzen, nicht nur im Osten Deutschlands, die Einwohnerzahlen dahin. Zu besichtigen ist nicht allein die leere Ladenhöhle, sondern, schlimmer noch, die schrumpfende, die perforierte Stadt.

Dass all diese Erscheinungen nach Hilfe rufen, versteht sich. Dass die Kommunen das Geld nicht haben, um gegenzusteuern, ist bekannt. So hoffen denn Oberbürgermeister, Stadtentwickler und Stadtplaner, die das Leben in die Innenstadt zurückholen wollen, auf Shopping-Center oder Malls, Einkaufswelten unter Dach. Auch die Kritiker dessen, was dann entsteht, gehen bis dahin mit.

Erst an der Zauberformel scheiden sich die Geister. Und die heißt ECE Projektmanagement. ECE, das stand einmal für Einkaufszentrum-Entwicklungsgesellschaft, die wiederum zum Otto-Versand-Konzern gehört. Da das Immobiliengeschäft der 1965 gegründeten Gesellschaft jedoch breiter geworden ist, nennt man sich heute ECE

Projektmanagement GmbH & Co KG, Geschäftsführer ist der 39-jährige Alexander Otto. Kern der Unternehmung ist die »Entwicklung, Realisierung, Vermietung und das Langzeit-Management« von Shopping-Centern, gelegentlich beteiligt man sich auch.

Die ECE-Manager sagen: Wir bringen die Lösung. Die Kritiker

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

schimpfen, die ECE bewirke das Gegenteil, sie bringe nicht neues Leben in die Innenstadt, sondern noch mehr Tod.

Entstanden sind bislang 89 dieser Gebilde, davon 70 in Deutschland, davon wiederum 65 in Innenstädten. Unter ihnen das Alstertal Einkaufs-Zentrum in Hamburg. Geplant oder im Bau sind: weitere 20, die Hälfte davon hierzulande. Zusätzlich möglich sind allein in Deutschland noch einmal 50 Center.

Die Gesamtzahl der innerstädtischen Einkaufs-Center im Lande ist angeblich nicht bekannt. Zumeist heißt es, es seien etwa 85. Die ECE-Leute sprechen von 100. Gleichviel, sie stehen mit ihren 65 für das Ganze.

»Marktführer« sind sie auch in Europa. Und sie denken »in großen Zeiträumen«, sagt Robert Heinemann, Bereichsleiter Kommunikation. Das mag andernorts bedrohlich klingen. Für Heinemann ist gleichsam ein Markenzeichen des Familienunternehmens Otto.

Gern erzählt er, der schneller spricht, als man zuhören kann, und das in druckreifen Sätzen, wie die Geschäfte auf den Weg kommen. Und es ist immer ganz einfach: die Stadtoberen fragen an, oder ECE geht zu ihnen.

»Wir kennen jede größere Stadt und ihr Potenzial«, das heißt Brachland im Stadtzentrum oder von der Bundeswehr aufgegebene Flächen. Sobald eine Stadt konkret ins Visier der ECE-Leute gerät, ermitteln sie mit Hilfe der Städte selbst oder von Marktforschern wie der GfK die demografischen Daten. Alters- und Haushaltsstrukturen, Zu- und Abwanderungsgelüste. Daraus resultiert so etwas wie eine wirtschaftliche Prognose. Ist die interessant, schwärmen ECE-Leute aus und befragen Passanten nach ihrem Kaufverhalten.

Es folgt, so erklärt der für die

Vermietung zuständige ECE-Geschäftsführer Klaus Striebich, das »Lückendiagramm«: Jeder lokale Händler wird begutachtet. Was kann er leisten? Was bietet er, was nicht? Sitzt er noch auf einem alten Ross, oder hat er sich den modernen Zeiten angepasst? Wer besonders leistungsfähig ist, heißt im ECE-Jargon »Platzhirsch« und wird umworben, in das geplante Center einzuziehen, dort einen »Zweit-Standort« einzurichten oder aber eine Abteilung. »Kaffeehaus-Vermietung« nennen die Planer diesen Teil ihrer Arbeit.

Was sich hier lesen mag wie ein harmloser Bericht über für beide Seiten höchst ersprießliche Geschäftsbeziehungen eine Sichtweise, die die ECE-Leute naturgemäß fördern, hat bei genauerem Hinsehen eine zweite, bedeutsamere Ebene. Denn die Center besetzen nicht allein die geografische Mitte der Stadt und verändern sie so. Sie sind steingewordene Politik. Sie machen variablen öffentlichen Raum zu weitgehend uniformem privatem Raum; es gilt nicht mehr, was die Stadt will, es gilt, was der Eigentümer oder Vermieter will (siehe »Bunte Langeweile« auf Seite 19).

Das ist natürlich nur möglich, wenn beide Seiten zuvor gut zusammenspielen.

Und dieses gute Zusammenspiel hat zum Beispiel in Hamburg einen sehr konkreten Hintergrund. Eine gute Verflechtung von Politik und ECE. Der ECE-Mann Robert Heinemann sitzt für die CDU als deren bildungspolitischer Sprecher in der Hamburger Bürgerschaft (wie das Landesparlament dort heißt). Auch Andreas Mattner, ein weiterer ECE-Manager, ist dort CDU-Abgeordneter. Christian Saadhoff, ECE-Pressesprecher, war zuvor in gleicher Funktion für Hamburgs Wirtschaftssenator Gunnar Uldall

tätig.

Wer allerdings vermutet, CDU und ECE seien grundsätzlich innig verwoben, wird nicht fündig werden. Vielmehr sind es die jeweiligen Regierungsparteien, die mit ECE paktieren. Alles andere wäre geschäftlich ja auch ziemlich dämlich. Heinemann sagt das so: »Es geht quer durch.«

Mauscheleien will der Mann nicht erlebt haben, auch keine persönlichen Vorteile. »Ich habe noch keine Synergieeffekte gefunden.« Doch muss auch er zugestehen: »Natürlich ist das alles politisch, irgendwie. Die Diskussionen in den Städten sind politisch.« Und: »Da ist es gut zu wissen, wie Politik, insbesondere Kommunalpolitik, funktioniert.«

Noch besser wissen das jene Funktionsträger, die eigene Interessen zu verfolgen haben. Walter Brune, Städteplaner und Architekt in Düsseldorf, schreibt ironisch, es sei durchaus »verständlich, wenn zum Beispiel ein Glaser, Anstreicher, Haustechniker, Lieferant, Baufirmeninhaber oder Statiker, der gleichzeitig Ratsmitglied einer Stadt ist, sich gern seine frierenden Hände an einem solchen Großprojekt wärmen möchte.« Er schreibt dies als Mitherausgeber eines Buches, das demnächst an alle Entscheidungsträger in Städten mit mehr als 50000 Einwohnern verteilt wird (aber auch zu kaufen ist): Angriff auf die City kritische Texte zur Konzeption, Planung und Wirkung von integrierten und nichtintegrierten Shopping Centern in zentralen Lagen (Droste Sachbuch, Düsseldorf 2006).

Die politische Mitwirkung kann allerdings für die Akteure auch höchst unerfreuliche Folgen haben. So hat vor wenigen Wochen der Oldenburger Oberbürgermeister und ECE-Fürsprecher Dietmar Schütz sein Amt in der Stichwahl an den bis dahin weitgehend

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

unbekannten Gerd Schwandner verloren; der parteilose, für die CDU antretende Kandidat war, gemeinsam mit den Grünen, gegen das Projekt zu Felde gezogen. Auch in Celle wechselte die Mehrheit im Stadtrat im Kampf gegen ein in der Altstadt geplantes ECE-Center.

Die Herrschaften hätten gewarnt sein können. Schon im Jahr 2002 verlor in Cottbus ein ECE-Befürworter das schöne Amt an seine Widersacherin, eine ECE-Gegnerin. Nach mancherlei Hin und Her und juristischem Gerangel wurde das Vorhaben zwei Jahre später begraben.

Ein besonders gutes Beispiel für das Zusammenwirken privatwirtschaftlicher und öffentlicher Institutionen und deren Vertretern bietet die im Jahr 2000 von ECE-Chef Alexander Otto gegründete Stiftung Lebendige Stadt. In ihr haben sich, laut Prospekt, »Ministerpräsidenten, Oberbürgermeister, Vorstandsvorsitzende, Forscher und Kulturschaffende zusammengefunden«, um die »Vielfalt (der europäischen Stadt) zu fördern«. Die Stiftung veranstaltet Symposien, »unterstützt beispielgebende, kreative Projekte« und »prämiert jährlich in einer anderen Kategorie Bestpractice-Beispiele für europäische Städte und Kommunen«. Im Stiftungsrat sitzen, unter vielen anderen, die Politiker Günther Beckstein (Bayerns Innenminister), Matthias Platzeck (Ministerpräsident Brandenburgs), Krista Sager (stellvertretende Fraktionschefin der Grünen), Wolfgang Schuster (Oberbürgermeister in Stuttgart) und Gunnar Uldall (Wirtschaftssenator in Hamburg). Im Kuratorium wirken neben Alexander Otto unter anderem Wolfgang Tiefensee (Bundesminister für Verkehr, Bau

und Stadtentwicklung), Thomas Mirow (Staatssekretär im Bundesfinanzministerium, einst Wirtschaftssenator und Spitzenkandidat der SPD in Hamburg) sowie Fritz Schramma (Oberbürgermeister in Köln).

Niemand bestreitet, dass die illustre Einrichtung gute Arbeit leistet. Nicht einmal die gelegentlich emotional agierenden Kritiker tun das. Ihre Kümmernisse sind anderer, grundsätzlicherer Art. Da es sich nicht um eine der klassischen Bürgerstiftungen, sondern um eine an ein Unternehmen respektive an die Privatperson Alexander Otto gebundene Einrichtung handelt, in deren Gremien noch dazu viele ECE-Leute zu finden sind, glauben viele nicht an Kooperation, sondern an Kollaboration. Holger Pump-Uhlmann, Mitherausgeber des Buches Angriff auf die City, drückt das so aus: »Eine Vermischung des Gemeinwohls mit den privaten Interessen Einzelner würde die Lebendigkeit unserer Städte irreversibel schädigen. Stiftung Lebendige Stadt? Das klingt für ihn wie Hohn.

So viel zum Zwischenreich aus Wirtschaft und Politik. Zurück zu dem, was in den Städten tatsächlich geschieht, was die massenhafte Ansiedlung von Shopping-Centern in den Innenstädten bewirkt, auch dazu, wie negative Folgen zu begrenzen und positive herbeizuführen sind.

Der Ideengeber der Center war ein äußerst erfolgreicher Architekt namens Victor David Grünbaum, 1903 in Wien geboren, 1980 gestorben. Er war Jude und floh 1938 in die USA, wo er sich in Victor Gruen umbenannte. Er erfand, angewidert von der Ödnis der amerikanischen Vorstädte, die Shopping-Malls. So wollte er das Leben zurückholen, wie er es kannte aus den europäischen Städten nur eben auf

amerikanische Art. 1954 entstand die erste dieser Malls in Minneapolis. Er erwarb sich, auf Deutsch, die Ehrentitel »Vater der Fußgängerzone«, »Vater des Einkaufszentrums«. Die »Gruenisierung der City« stand für deren Revitalisierung. Später, 1973 nach Wien zurückgekehrt, übertrug er ironischerweise die Europäisierung Amerikas zurück ins alte Europa. Und spürte rasch, welch ein Irrtum ihm da unterlaufen war. Was in den USA erfolgreich war, zerstörte, wie er fand, die jahrhundertalte gewachsene Stadt, erschien ihm als »Ausgeburt von Scheußlichkeit«.

Legitimer Erbe Victor Gruens ist Walter Brune, der Düsseldorfer Stadtplaner und Architekt. 80 Jahre ist er alt und mit einem Temperament ausgestattet, das ganz einfach mitreißt. Nicht einmal Pathos fürchtet er: »Ich bin ein Wissender«, sagt er, »und ich bin wütend. Die Politiker machen Städte, die in 1000 Jahren entstanden sind, in wenigen Jahren kaputt.«

Das Wissen, von dem er spricht, hat er freilich nicht von Gruen übernommen. Lernen musste er schon selbst. Er hatte die amerikanischen Shopping-Malls kennen gelernt, als er im Auftrag der Weltbank in New York ein Büro »für Entwicklungsaufgaben« unterhielt. Auch er glaubte zunächst, der Bau von Konsumtempeln sei eine so gute Idee, dass er 1972 in Mülheim an der Ruhr selbst einen errichtete, das Rhein-Ruhr-Zentrum. Auch er wandelte sich zum Paulus. Denn: »Nach zwei bis drei Jahren verödete die Innenstadt rasch.« Ein Laden nach dem anderen musste schließen. Sein Bau hatte sich als »Absauganlage« entpuppt. So hat er die Rezeptur verändert. Kein Monster am Rande der Innenstadt, sondern so genannte Galerien; intim integriert ins innenstädtische

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Gefüge; vielfach angebunden ans Wegenetz und mit einem Sortiment bestückt, das die Läden rundherum nicht überflüssig macht, sondern deren Angebot ergänzt. Das sei ja nicht so schwer, sagt Brune, denn die großen Verkaufsstraßen »organisieren sich monostrukturell«. Da lässt sich leicht feststellen, was fehlt Lebensmittel, kleine Läden, Gastronomie. Und »das Stadterlebnis kehrt zurück«.

Ein Dutzend »solcher Dinger« hat er gebaut, drei in eigener Regie: die Kö-Galerie in Düsseldorf, den Schwanenmarkt in Krefeld und die Kölner Opern-Passage. Diese drei und den Mülheimer Klotz hat er kürzlich ausgerechnet an seinen Erzfeind ECE verkauft. Er habe schließlich nicht seine Seele mitgeliefert und die Häuser in kundige Hände geben wollen.

Das hindert ihn nicht, die Tricks der Branche zu brandmarken. In seinem Buch schreibt er: Für international tätige Investoren »spielten Zahlungen von ein paar Millionen Dollar durch Abgeordnete, Politiker, Journalisten großer Zeitungen oder sonstige positiv zu stimmende Personen keine Rolle«. »So war es auch geübte Praxis, in einer örtlichen Zeitung über einen Zeitraum von zwei Jahren nach der Eröffnung bis zu 500 ganzseitige Anzeigen für eine positive Berichterstattung zu schalten.« In Deutschland sei das vielleicht noch nicht gang und gäbe, »aber dennoch sollte dieses Problem nicht ganz außer Acht gelassen werden.«

»Vor der Entscheidung werden alle Positionen, die strategisch wichtig sind, besetzt der Oberbürgermeister, der Stadtbaurat, die lokale Zeitung«, sagt der ECE-Kritiker Holger Pump-Uhlmann. Wird auch mit Geld nachgeholfen? »Natürlich gibt es das auch«, sagt ein anderer, der

nun partout nicht mit Namen auftreten will. Aber es gibt auch andere Wege, die Entscheidung zu erleichtern, ein Schwimmbad zum Beispiel (wie in Düsseldorf) oder eine Schlossfassade (wie in Braunschweig). All das ist gewiss nicht illegal, allerdings sehr hilfreich. So hilfreich, dass Grundstücke nicht mehr ausgeschrieben und billig verkauft werden. Und entsprechende Klagen werden weder von der Justiz noch von der Politik ernst genommen.

Auch die lokalen Zeitungen gehen dem selten nach. Einen besonderen Ruf hat sich da die Braunschweiger Zeitung erworben. Sie musste, im März 2005, eine Rüge des Presserats einstecken, aber nicht, weil sie das Projekt Schloss-Arkaden in Hunderten von Artikeln fröhlich begleitet hatte. Sondern wegen »Irreführung«. Das Blatt hatte anstatt von einem Einkaufs-Center-Vorhaben von einer »Rekonstruktion des Schlosses« gefaselt.

Oft verläuft die Entscheidungsphase chaotisch, jedenfalls das Rahmenprogramm. Als Beispiel mag noch einmal Oldenburg herhalten. Da soll ein Center neben dem Schloss entstehen, anstelle eines zusammengefallenen Hallenbades. In einer öffentlichen Diskussion vor zwei Jahren regte sich Angst »um die schöne Stadt mit Flair«. Hauseigentümer, Gastronomie und Einzelhandel erboten sich, gemeinsam zu investieren. Ein Einzelhandelsvertreter sagte, die lokale Branche sei bereit, der Stadt das Grundstück »für denselben Preis (wie die ECE) abzukaufen, plus einen Schnaps«. Aus dem Publikum tönte es: »Lassen Sie Oldenburg den Oldenburgern«. Ein Bürgerbegehren sammelte später 18000 Stimmen gegen das ECE. 120 von 150 Kaufleuten sagten nein. 780 Einwände erhoben sich gegen das

Planfeststellungsverfahren.

Nun sind die Oldenburger Politiker nicht ohne Schuld. In den Fünzigern rissen sie klassizistische Bauten ab zugunsten eines Kaufhauses mit Wabenfassade. Straßenschneisen schlugen sie in ihre Stadt. Und die hübsche Innenstadt ist praktisch unbewohnbar, weil die Kaufleute, um ebenerdig mehr Verkaufsfläche zu gewinnen, die Treppen zum ersten Stock herausgerissen haben. In mindestens 80 Prozent aller Häuser.

Warum nur wollte der abgewählte Oberbürgermeister Dietmar Schütz sich gegen alle Einwände durchsetzen? Weiß er doch auch, dass die Mieten, wie in allen anderen Fällen, nach Hamburg abfließen, zur ECE natürlich, und Steuern dort gezahlt werden, wo die Filialisten ihr Zuhause haben. Der Abgewählte sagt, es bestehe ein Missverhältnis zwischen den Verkaufsflächen in der Stadt (90000 Quadratmeter) und im Umland (400000). Normal wäre ein Verhältnis von eins zu zwei. »So ein kleines Ding wie das ECE-Center wäre dringend notwendig für die Innenstadt das kleinste in Niedersachsen.« »Nun wächst die Kaufkraft raus«, wenn nicht doch noch gebaut wird, was durchaus möglich ist. Der Bau-Ausschuss hat positiv entschieden, fehlt nur mehr die Baugenehmigung.

Bürgermeister Schütz hat seine Bürger nicht überzeugen können. So ist es, das sei nicht verschwiegen, nicht immer. In Passau und in Schweinfurt etwa haben die Bürger positiv entschieden.

Im April dieses Jahres hat das Forum Innenstadt und Einkaufszentrum ein Positionspapier abgeliefert, das gleichsam den Überbau zum Thema beisteuert. Die Autoren schreiben, in gelegentlich gewöhnungsbedürftiger Sprache:

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

»Viele Innenstädte benötigen eine handelsseitige und städtebauliche Auffrischung. Hierzu können innerstädtische Einkaufszentren einen wichtigen Beitrag leisten.« Sie beklagen aber das ihrer Meinung nach massive und vorbehaltlos hingegenommene Vordringen der zu großen, zu stereotypen und zu schlecht in die Stadt eingefügten Einkaufszentren.

Da werden sie das im Herbst 1996 eröffnete Centro in Oberhausen im Blick gehabt haben, angeblich »die neue Mitte der Stadt«, tatsächlich ein monumentaler Fremdkörper, ohne Bindung zur Stadt. Mit verheerender Wirkung auf den Einzelhandel ringsum. Übrigens hätte Walter Brune den Koloss planen sollen. Abgelehnt. Er sagt jetzt: »Die Stadt ist platt.« Die Autoren des Positionspapiers könnten aber auch an Essen gedacht haben, wo derweil ein Gigant entsteht mit einem Aufwand von 300 Millionen Euro und einer Verkaufsfläche von 70000 Quadratmetern. »Man hätte das Ding in zwei oder drei Teile stückeln sollen, dann wären Verkehr und Leben auch in die Innenstadt geflossen«, findet Walter Brune.

Unterdessen gibt es, auch jenseits von Oberhausen, empirische Untersuchungen darüber, was nach Ansiedlung eines Centers geschieht. Zwei Beispiele: Schwerin und Bayreuth. In Schwerin hat die Universität Greifswald geforscht. Das Ergebnis, in kurzen Strichen: Dem Publikum gefällt. Zwei Drittel der Befragten gaben der »Einkaufssituation« die Note gut, der Rest befriedigend. Vor dem Bau des Schlosspark-Centers lag die Durchschnittsnote bei 3,6. Der Handel (ohne Center) leidet an Umsatzeinbußen von durchschnittlich 39 Prozent. Die Leerstände in der Altstadt haben sich zwischen 1997 und 1999 auf

6800 Quadratmeter verdoppelt. 1998 war der Schlosspark eröffnet worden.

Bayreuth, das Rotmain-Center, ein Jahr zuvor in Dienst gestellt. 27 Prozent der Händler erleben einen »starken«, 39 Prozent einen »spürbar negativen« Einfluss. Die Besucher sind auch hier zufrieden. Nun gilt es gewiss nicht, den Einzelhandel unter Naturschutz zu stellen, veraltete Strukturen gar gegen die Interessen der Kunden zu verteidigen. Wer aber ein riesiges Center neben die alte Innenstadt stellt, belebt sie nicht, sondern lässt sie veröden. Und nimmt, ganz nebenbei, ihren Immobilien, die ja auch entsprechend finanziert sind, großen Wert in Oberhausen, über Nacht, fast die Hälfte.

Auch dies bedacht zu haben, darf Duisburg für sich in Anspruch nehmen. Nach langem Kampf allerdings. An der Front, sieben Jahre lang: Astrid Schultz, Geschäftsführerin der Industrie- und Handelskammer (IHK) Niederrhein. Eine mit Verve und Überzeugung auftretende Frau. Beides hat sie brauchen können. Geplant war ein Projekt namens Multi Casa. Auf einer Brache hinterm Bahnhof. 80000 Quadratmeter Verkaufsfläche. Duisburg hatte damals 120000, hat heute 100000 Quadratmeter in der Innenstadt. »Da kommt ein Investor mit 80000, da weiß ich doch, was passiert.« Astrid Schultz lässt den Besucher spüren, dass es sie Schaudern gemacht hat.

In diesen sieben Jahren sah sie Investoren kommen und gehen, auch die ECE. Sie sagt: »Die ECE ist nicht unser Gegner. Die Kommunen müssen sich entsprechend aufstellen. Wissen, was ihnen gut tut. Dass ein Einkaufszentrum der richtige Ansatz ist, die Innenstadt zu beleben, trifft ja zu. Aber es darf sie nicht übernehmen«, die Innenstadt

sei ein »Kulturgut«. Sie sagt: »Die Städte müssen Leitlinien aufstellen und sich danach richten, raumbezogene Wirtschaftspolitik betreiben. Der Markt allein kann nicht richten.« Denn »wir wollen Duisburg sein und nicht ein Center.« Wer eigene Wege gefunden habe, »kann auch ECE einbinden«.

Mitte vergangenen Jahres hat der Stadtrat gegen Multi Casa entschieden. Es gibt neue Pläne für die alte Innenstadt. Örtliche Akteure, die IHK Niederrhein und die Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe (BAG) haben sich in einer Planungsgemeinschaft zusammengefunden. Und der schwer berühmte britische Architekt Sir Norman Foster, der schon andere Bauten in Duisburg entwarf, wird einen Masterplan aufstellen für das Innenhafen-Areal und es mit der nahen alten Innenstadt verbinden.

Was als Idee auf einer Brache hinterm Bahnhof begann, kommt nun ans Wasser, an Europas größten Binnenhafen, und nimmt doch auf das Alte Rücksicht. Duisburg hat sich emanzipiert und macht mit einem eigenen Plan Karriere.

Einkaufen im Stadtteil: Das ECE-Center Eastgate frühmorgens in Berlin-Marzahn / Ufo in der City: Die Rathaus-Galerie in Leverkusen / Schöner shoppen: Das ECE-Center nova eventis Leipzig/Halle / Grosspassage im Vorort: Das Phoenix-Center in Hamburg-Harburg
Einkaufen im Stadtteil: Das ECE-Center Eastgate frühmorgens in Berlin-Marzahn / Ufo in der City: Die Rathaus-Galerie in Leverkusen / Schöner shoppen: Das ECE-Center nova eventis Leipzig/Halle / Grosspassage im Vorort: DasPhoenix-Center in Hamburg-Harburg /

Bildunterschrift: Einkaufen im

Quelle: Die Zeit

Provided by GENIOS

Stadtteil: Das ECE-Center
Eastgate frühmorgens in Berlin-
Marzahn / Ufo in der City: Die

Rathaus-Galerie in Leverkusen /
Schöner shoppen: Das ECE-Center
nova eventis Leipzig/Halle /

Grosspassage im Vorort: Das
Phoenix-Center in Hamburg-
Harburg /