



VERKAUFEN SIE!

Eine Glosse über das Verkaufen ungeliebter Werte – Anleitung zur Zerstörung historischer Strukturen am Beispiel Hamelns erfolgreich erprobt

Leben Sie auch in einer verarmten Kommune? Ist deren Altstadt auch mit dem Stigma einer historischen, kleinteiligen Struktur aus engen Straßen und zahlreichen denkmalgeschützten Fachwerkhäusern behaftet. Dann kennen Sie die Tragik, dass immer wieder Unbelehrbare so etwas als „wertvoll“ einschätzen. Und immer dieses Gerede von „Baukultur“ und dem „Öffentlichen Raum“. Dabei bringt das doch alles keinen Profit! Diese „Werte“ behindern doch nur bei der Gestaltung der Städte, bei wahrhaft großen Aufgaben, dem Bau schöner, moderner, großer, neuer Bauwerke, dem Bau von glitzernden Einkaufspalästen.



Simulation des geplanten Shoppingcenters (Abbildung ECE)

Und der „Öffentliche Raum“?. Der kostet unsere Städte doch nur Geld.

Aber vielleicht haben Sie ja entscheidenden Einfluss auf die Politik? Dann ist das jetzt Ihre Chance! „Baukultur“, „Öffentlicher Raum“ – wenn das „Werte“ sind, dann verkaufen Sie diese „Werte“ doch gewinnbringend! Es zahlt sich aus!

■ ANLEITUNG

1. Vorbereitende Maßnahmen

- a) Sichern Sie sich die politische Mehrheit mit den üblichen Mitteln.
- b) Wählen Sie für die Wahllisten Ihrer Partei Personen aus, die möglichst wenig Bewusstsein für langfristige Entwicklungen, Nachhaltigkeit, Stadtgeschichte, Baukultur und Denkmalpflege etc. haben.
- c) Führen Sie die eine finanzielle Notlage bei der Kommune herbei falls sie nicht ohnehin besteht, so dass alle Entscheidungskriterien auf wirtschaftliche Aspekte reduziert werden können.



- d) Vereinbaren Sie Stillschweigen unter den Eingeweihten. Verpflichten Sie Ihre Fraktionskollegen, sich nicht mit den Unbelehrbaren zu unterhalten, damit keiner deren unkontrolliertem Einfluss ausgesetzt ist.
- e) Verpflichten Sie alle erreichbaren Bediensteten öffentlicher Einrichtungen zum Stillschweigen. Drohen Sie mit Maßnahmen bei Zuwiderhandlungen.
- f) Bringen Sie potenzielle Kritiker in Verbindlichkeiten, damit diese sich öffentlich nicht äußern.
- g) Versichern Sie der Öffentlichkeit, dass Sie die historische Altstadt erhalten wollen, denn leider ist das noch populär. Führen Sie dazu z. B. eine Gestaltungssatzung ein, die die vorhandenen Immobilienbesitzer historischer Häuser bindet.

2. Suchen Sie den Immobilieninvestor mit Wirtschaftskraft, der keine Grenzen akzeptiert

Erkennbar ist er daran,

- a) dass er immer ein optimistisches Wirtschaftsgutachten beibringen kann,
- b) dass er gegen ihn ehemals erfolgreich aufgetretene Rechtsanwälte selbst in Lohn und Brot nimmt, bevor sie wieder gefährlich werden,
- c) dass er eine eigene Bauabteilung hat, die ausschließlich nach bewährtem Strickmuster die Entwürfe zusammensteckt und nicht mit Ideen nervt,
- d) dass er externe renommierte Architekten für die Fassadengestaltung reichlich entlohnt, die sich im Gegenzug auch für die Rechtfertigung des Gesamtvorhabens selbst hingeben,
- e) dass er ein überdimensioniertes Einkaufszentrum in der Mitte der Stadt etablieren will, das der vorhandenen historischen, meist kleinteiligen, wirtschaftlichen und architektonischen Struktur zuwider läuft und ihr strategisch überlegen ist.

3. Unterstützen Sie den Investor mit allen Mitteln

Verschaffen Sie ihm alle erdenklichen Wettbewerbsvorteile, insbesondere hinsichtlich des Standortes: Gestatten Sie dem Investor

- a) dass er als Einziger die Möglichkeit erhält, die nötigen Grundstücke zu kaufen.
- b) dass er die dazwischen liegenden Straßen und Plätze überbauen darf, weil das wg. der erforderlichen Mindestgröße des Centers unumgänglich wird.
- c) dass er die Hoheitsrechte (nicht die Pflichten!) der Stadt über die Nutzung eines großen Bereiches um die Eingänge seiner geplanten Bebauung herum wahrnehmen kann. Per Städtebaulichem Vertrag ist zu regeln, dass Sonderveranstaltungen in der Nähe nur stattfinden dürfen, wenn der Investor in seinen Interessen nicht gestört wird.
- d) dass er allein die zuvor eingeführten Gestaltungsrichtlinien nicht einzuhalten braucht.
- e) dass er den unmittelbaren Außenraum möglichst unattraktiv gestalten kann, um die Kunden in das Innere seines Gebäudes zu locken.
- f) dass er die verkehrlichen Anbindungen so organisieren kann, dass er über die meisten und nächst gelegenen Parkplätze in der Stadt verfügt. Der Weg hinaus sollte durch sein Gebäude führen.



4. Gestalten Sie die öffentliche Meinung

Versichern Sie in der Öffentlichkeit ungeachtet aller gegenteiligen Argumente,

- a) dass die Innenstadt eine Belebung erfahren wird, die zu größerer Wirtschaftskraft mit mehr Arbeitsplätzen führen wird. Jegliche Diskussion sollte auf das beigebrachte Standard-Wirtschaftsgutachten gelenkt werden.
- b) dass der Ausgang der Entscheidung bis zum (Ratsbe-) Schluss noch offen ist.
- c) Lassen Sie den Investor die öffentliche Meinung mitgestalten. Doppelseitige Anzeigen in der Lokalpresse sind so zu gestalten, dass „Lieschen Müller“ den Unterschied zu den anderen Seiten der Zeitung nicht erkennt.
- d) Legen Sie rigoros ernstzunehmende Kritiker in der Schublade mit Aufschrift „Finanzieller Eigennutz“ ab.
- e) Veranstalten Sie genügend öffentliche Sitzungen mit „Diskussionen“: Sollte Unmut über die Größe des Gesamtvorhabens aufkommen: Sie halten sich ausschließlich an das Wirtschaftsgutachten.
- f) Lassen Sie sich nicht auf Ergebnisse von Umfragen oder Unterschriftenaktionen ein! Sollten Unbelehrbare eine Umfrage in Auftrag gegeben haben, stellen Sie sicher, dass der Investor aus einer eigenen Umfrage ausschließlich die Teilergebnisse veröffentlicht, die seinem Ziel zu Gute kommen.

5. Irritationen: Vorsicht vor öffentlichen Angeboten und Experten

- a) Achten Sie darauf, dass Sie sauber die Bedenken von Trägern öffentlicher Belange beiseite räumen. Sollten Sie sich z. B. einem Unbelehrbaren in der Oberen Denkmalschutzbehörde ausgesetzt sehen, nehmen Sie Ihren politischen Einfluss wahr und finden Sie einen höher gestellten Beamten, der die Angelegenheit zu der Unteren Denkmalschutzbehörde delegiert, die in ihrem Einflussbereich liegt.
- b) Schieben Sie Verhandlungsangebote der Unbelehrbaren rigoros beiseite und verweisen Sie auf die Aufschrift der Schublade.
- c) Sollte sich Widerstand von Fachleuten z. B. in Form eines Offenen Briefes regen, bagatellisieren Sie das und diskreditieren Sie sie!

■ ... ERFOLGREICH ERPROBT

Hameln bleibt Vorbild

Ende der 60er Jahre musste Hameln als Objekt eines Forschungsauftrages für die Sanierung historischer Altstädte erhalten. In den 70er Jahren traf die Stadt die volle Wucht des Städtebauförderungsgesetzes und weitere Fördergelder mussten in die Altstadt gesteckt werden. Die Maßnahmen wurden obendrein wissenschaftlich begleitet und das „Modellvorhaben Hameln“ wurde fortan an den Hochschulen für Architekten und Städteplaner als Vorbild hingestellt. In der „Stadtbildanalyse“ von 1983 wurde von Prof. S. für Hameln sogar das „Wiederherstellen altstadttypischer Straßenräume im Bereich des Zentralen Omnibusbahnhofes“ sowie u. a. die Erhaltung der letzten verbliebenen Fachwerkhäuser dieses heruntergekommenen Viertels gefordert. Doch letztere wurden trotz Denkmalschutz dem Verfall überlassen. Als das gegenüber errichtete und kritisierte (heute sanierungsbedürftige) Kaufhaus zur Disposition stand, hatte man schneller den Plan parat, ein in jeder Hinsicht völlig überdimensioniertes ECE-Center dort anzusiedeln, als dass Unbelehrbare ein Wiederherstellen der alten Struktur fordern konnten.

Alle oben beschriebenen Maßnahmen wurden in Hameln erfolgreich getestet, - mit Gestaltungssatzung samt Ausnahme, mit ECE als perfekt passendem Immobilieninvestor (für Mitbewerber gab es nicht mal mehr eine Absage), mit Entscheidungsträgern, die Punkt für Punkt diese Anleitung befolgten, usw. ...

Sogar gegen Sonderveranstaltungen (z. B. Demonstrationen, Weihnachtsmarkt etc.) auf fast der Hälfte der Fläche des davor zentral gelegenen Pferdemarktes kann ECE jetzt - vertraglich zugesichert - Einspruch einlegen. Vorbildlicher kann man den Öffentlichen Raum nicht verkaufen!



Darstellung der überplanten Fläche

Nur das Honorar für die Fassadengestaltung wollte man dann doch nicht mehr für ECE übernehmen. Für die hatte man, und das war der Clou, den zuvor genannten Professor engagiert. Damit war gleich das ganze Vorhaben aus städtebaulicher und architektonischer Sicht gerechtfertigt. Der Offene Brief von Architekten und Städteplanern konnte genauso rigoros beiseite geschoben werden wie die Einwände von hochrangigen Denkmalschützern und Architekturkritikern. Sie waren nicht urteilsfähig, „weil sie sicher nicht alle Details des Entwurfs kannten“ oder „nicht wussten, was sie unterschrieben hatten“.

Auch von der enormen Zahl an Eingaben gegen den Bebauungsplan fand keiner Berücksichtigung. In letzter Minute lag noch das Angebot von Geschäftsleuten vor, die Finanzierung der Sanierung der Fußgängerzone zu übernehmen, wenn das ECE-Center kleiner ausfiele. Aber das Kommando Augen-Zu-Und-Durch wurde brav befolgt und das Angebot erst gar nicht mehr geprüft. Der Rat der Stadt Hameln beschloss im Dezember 2004 den B-Plan und den Städtebaulichen Vertrag für das ECE-Center. Zwar gibt es noch ein paar Klagen, aber das kennt man ja. Beschwichtigender Weise wurde jetzt vor den nächsten Wahlen ein Wettbewerb zur Gestaltung der Fußgängerzone ausgelobt. Für die Realisierung, das weiß man heute schon, wird öffentliches Geld nicht mehr ausreichend vorhanden sein.

Aber die gewünschten Auswirkungen sind schon sichtbar. Der Leerstand in der Stadt wächst. Die sackenden Mietpreise in der Fußgängerzone fangen die Sanierungskosten der denkmalgeschützten Fachwerkfassaden nicht mehr auf. Der erste Abrissantrag für ein denkmalgeschütztes Gebäude in der Nähe des geplanten ECE-Eingangs ist bereits gestellt worden: Wirtschaftliche Gründe. Weitere Anträge werden folgen. Letzten Endes wird die Forderung nach Chancengleichheit zusammen mit den üblichen Wirtschaftlichkeitsargumenten die Gestaltungssatzung und jeden Denkmalschutz aushebeln. Und endlich hat sich Hameln von seinen ungeliebten Werten befreit und kann schöne Kaufhäuser mit Glitzerfassaden bauen: unsere „Baukultur“ von heute. Und „ECE-Center sind die Märkte unserer Zeit“. (Prof. S.) Aber bitte mit Security und totaler privatwirtschaftlicher Kontrolle des ehemaligen Öffentlichen Raumes!



■ **FAZIT**

Es zeigt sich, dass sich mit dem Argument „Wirtschaftlichkeit“ alle anderen Argumente beiseite schieben lassen. „Historisches Erbe“ und „Denkmalpflege“ bringen keinen Profit und werden so als nachrangig eingestuft.

Auch das Problem mit dem „Öffentlichen Raum“ ist nur eine Frage des Handlings: Wer zu kritisch und gefährlich werden könnte, wird noch mit ins Boot genommen. Wer will das in diesen Zeiten jemandem vorwerfen? Der Rest Unbelehrbarer wird diskreditiert. Und Demonstrationen finden zukünftig vor den Toren der Stadt statt. Die Zeit war noch nie so günstig, die „alte Baukultur“ und den „Öffentlichen Raum“, sowohl den geografischen als auch den gesellschaftspolitischen, gewinnbringend loszuwerden.

Also: Nutzen Sie diese einmalige Gelegenheit solange die allgemeinerwirtschaftliche Situation das noch zulässt.

Nur Mut, verkaufen Sie jetzt!

Architekt Gerhard Krenz
Hameln

Stand: 06/2005