

Quelle: www.freio4-publizistik.de, # 42/2014
Schlagworte: Stadt | Architektur | Konsum

Ursula Baus

Kommt Kinder, kaufen!

Mit den beiden nagelneuen Einkaufstempeln „gerber“ und „Milaneo“ buhlen in Stuttgart schlagartig 70.000 Quadratmeter große Einkaufszentren mehr als bislang um Kundschaft – aufs Ganze der Innenstadt gesehen eine Zunahme von 20 Prozent. Abgesehen davon, ob der Einzelhandel in der Innenstadt darunter leiden wird: Für die Stadtentwicklung in Stuttgart handelt man sich ohne Not Probleme ein. Architektonisch werden Retroästhetik und Substanz auf Primark-Niveau, außerdem zusätzlicher Autoverkehr beschert.

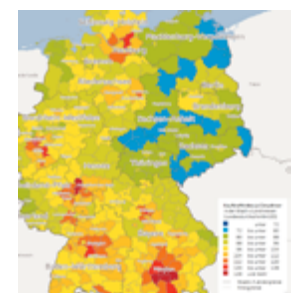


¹ <http://www.handelsblatt.com/politik/konjunktur/nachrichten/gfk-kaufkraft-prognose-2014-wer-hat-das-dickste-portemonnaie/9156924.html>

Beim „Shopping Center Besatz“ liegt Stuttgart mit 90 m² pro 1000 Einwohner unter dem bundesweiten Schnitt von 140 m². (Quelle: naspa.de)

Absurdes Kauftheater

Laut Handelsblatt liegt der für 2014 prognostizierte Einzelhandelsindex, der deutschlandweit bei 100 angesetzt wird, in Stuttgart bei 114,7.¹ Zum Vergleich: In Baden-Baden Stadt (Ranking-Platz 4) liegt er bei 117,1, in Düsseldorf (Platz 3) bei 120,7, in München (klarer Platz 1) bei 136,6. Die Karte rechts oben zeigt, wo mit Investitionen in Shopping-Immobilien am meisten Geld aus den Taschen der Konsumenten zu holen ist. Im Ranking belegt Stuttgart Platz 8, der offenbar ausreicht, um sechsstellige Millionenbeträge als Investition in Kaufklöppe zu rechtfertigen, die den Wünschen der Konsumenten angeblich genau entgegen kommen, die Stadt als gesamtgesellschaftliches Aufenthaltsgebiet aber in befremdliches Ungleichgewicht bringen.





Vor „Primark“ dürfen die lieben Kleinen spielen. In der Konsumwelt erzieht man die Kinder zeitig zu Käufern. (Bild: Ursula Baus)

Profitierten „Prachtboulevards“ wie die Kö in Düsseldorf oder der Kudamm in Berlin noch von städtischem Ambiente – und das städtische Ambiente von ihnen, werden mit den heutigen Shoppingmalls ein wohltemperiertes, privates, gleichwohl ubiquitäres Interieur und ein uniformiertes Handelsketten-Sortiment angeboten, um der Kundschaft zielsicher aufzulauern zu können. Hier sei angemerkt, dass es inzwischen in Schaufenstern „intelligente“ Beobachter-Kameras geben kann, die Passantenverhalten registrieren und auswerten – der reale Schaufensterbummler wird digital und mit konsumfördernden Interessen registriert.² Der Kundschaft scheint es zu gefallen, denn wenn die Renditen nicht stimmten, würden Immobilieninvestoren und Banken die Investitionsrisiken nicht eingehen – und Programmierer nicht tätig werden. Es offenbart sich hier die Schizophrenie einer grotesken Wertewelt. Denn einerseits wird jedes Prozentchen Wirtschaftswachstum und Binnennachfrage, Exportzuwachs und Produktionssteigerung messianisch bejubelt, andererseits aber packt uns wegen Umweltzerstörung, Ressourcenvernichtung, unwürdigen Produktionsbedingungen und gewaltigen Wohlstandsmüllbergen das kalte Grausen. Zweierlei bestätigt sich jetzt in Stuttgart: Kinder, Teenies und Twens werden dazu verführt, völlig unnötige Dinge zu kaufen, und für architektonische Highlights taugen Shoppingmalls nicht, was wirklich keine Neuigkeit, aber umso betrüblicher ist.

Bausubstanz auf Primark-Niveau

Laut Medienberichten eilten am Eröffnungstag, den 9. Oktober 2014, etwa 130.000 Menschen in das „Milaneo“ genannte Shoppingcenter, das rund 600 Meter vom Hauptbahnhof neben der neuen Stadtbibliothek am Mailänder Platz gebaut wurde. Das gesamte Umfeld ist im Zusammenhang mit Stuttgart 21 neu beplant und bebaut worden. Der aus drei Baukörpern zusammengesetzte Milaneo-Komplex in den Obergeschossen ist noch nicht fertig. Und obwohl es in 20 Metern Entfernung eine U-Bahnhaltestelle gibt, wird derzeit für viel Geld direkt daneben eine weitere Haltestelle gebaut. Wenn dadurch Autoverkehr maßgeblich reduziert würde, unter dem die Innenstadt Stuttgarts entsetzlich leidet: Sei's drum. Aber mit etwa 1.700 Tiefgaragenplätzen zieht das Einkaufszentrum zusätzlichen Autoverkehr in die Stadtmitte, die vom Feinstaub rekordverdächtig gebeutelt ist.

² Angelika Slavik: Gläserne Käufer. In: Süddeutsche Zeitung, 8.10.2014. Die Münchner Werbeagentur Serviceplan, der Ladenbauer Vitra und die Softwarefirma Cisco haben, so die Autorin, ein entsprechendes Programm entwickelt.





Rechts die Stadtbibliothek, links das Milaneo, dessen Fassaden zum Mailänder Platz noch nicht fertig sind.

Die bislang als Solitär inszenierte Stadtbibliothek schrumpft in der Bedeutungswahrnehmung neben dem Milaneo zunehmend, auch wenn dessen gewaltiges Volumen außenräumlich in drei kleineren Baublöcken in Erscheinung tritt. In diesen drei, im Obergeschoss durch Brücken verbundenen Blöcken sind drei „Themen“ in einen schlangenartigen Kaufparcour gereiht: „Freuen Sie sich auf individuelle Raumerlebnisse zu den Themen ‚Nature‘, ‚Urban‘ und ‚Modern‘ auf drei Ebenen.“²

Darunter: Links die Stadtbibliothek, rechts das noch eingerüstete Milaneo, dazwischen eine Kinderschaukel – kein Galgen! (Bilder: Ursula Baus)



Unten: Bilder aus den Presseinfos; die Visualisierung zeigt die Büro-, Wohn- und Hoteletagen.



² Website des Milaneo: www.milaneo.com



An Ort und Stelle wirken diese Themen wie eine Ikea-Dekoserie, wobei ich nicht zu erkennen vermochte, was „modern“ und was „urban“ sein soll. „Nature“ erkennt man an strunk-ähnlichen Stützen, abstrahierte Blattmotive tauchen in mehreren Varianten auf. Die Orientierung (siehe den „Milaneo-Guide“ Seite 3) ist so strukturiert, dass man möglichst lange Wege von hier nach da und von oben nach unten in dem dreigeschossigen Shop- und Gastro-Sammelsurium gehen muss, um den Komplex zu durchschreiten – die Orientierung also rasch verloren geht. Das ist in Shoppingmalls üblich. Doch die Ausführungsqualität sieht an vielen Stellen schon billig aus. Runde Brüstungen sind nur teilweise aus rund geformtem Glas, meistens in polygonaler Anordnung. Die Bodenfliesen sind, interpretiert man die emsigen Putzgruppen, nicht pflegeleicht und in der ornamentalen Zweifarbigkeit nicht erklärbar.



Im „Nature“-Hof: Das Dekor wirkt wie Basterei in anthroposophischer Manier.



Proppevolle Primark-Tüten: Wohin mit den ganzen Sachen? Außerdem zu sehen: Fliesenmuster sind schwer zu begreifen, die Ladenanschlüsse sind ohne Zusammenhang mit Bodenstruktur polygonal detailliert.
(Bilder: Ursula Baus)

Als ich am 13. Oktober 14 gegen Mittag ins Milaneo komme, stinkt es außerdem nach einer Mischung aus Parfüm, allerlei Esskulturen, Kunststoffen und menschlichen Ausdünstungen. Fassaden- und Wohnungsqualitäten (in den Obergeschossen) können derzeit noch nicht angesprochen werden, weil das Ensemble noch nicht fertig ist.

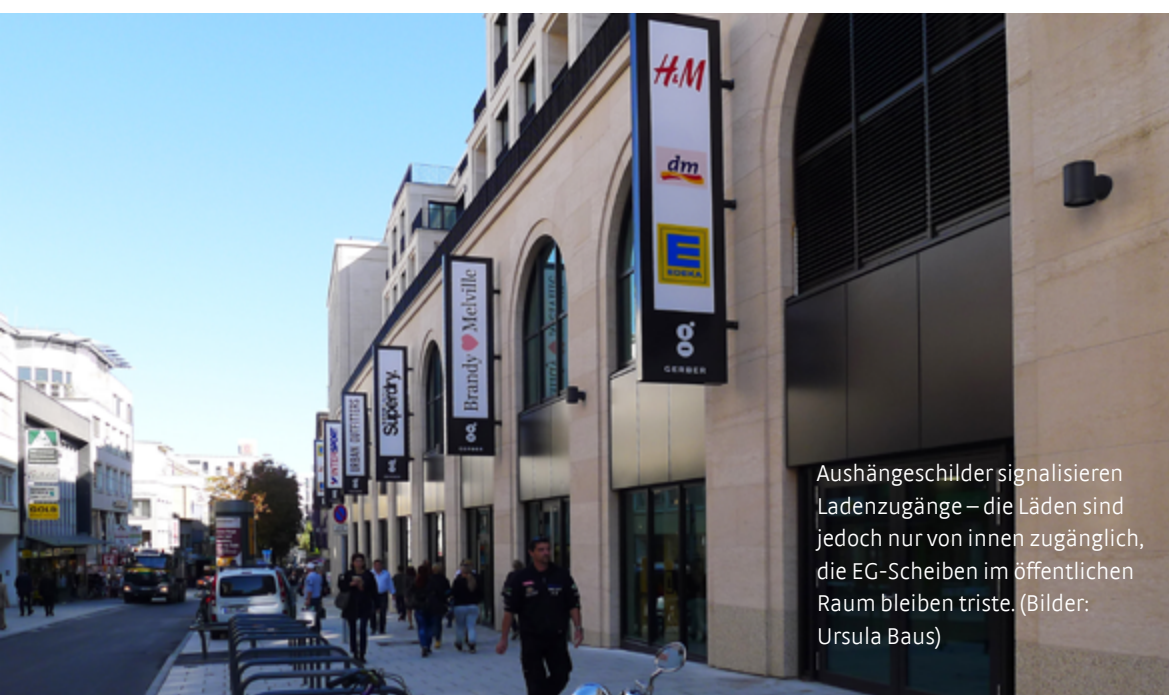
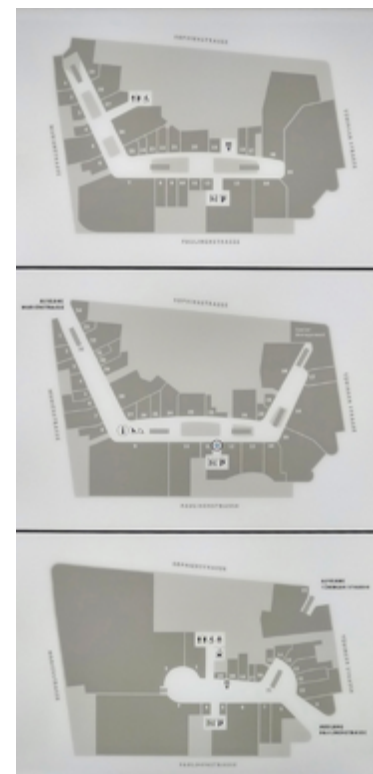


Am Südost-Ausgang des „gerber“ liegt auch die Tiefgaragenausfahrt – was der Aufenthaltsqualität des Vorplatzes nicht zuträglich ist.

³ Fotos vom aktuellen Leerstand: http://www.frei04-publizistik.de/data/webserver/download/1442_Calwer_Passage_ub.pdf

Das „gerber“ – Retro zwischen banal und bieder

Grundstückseigentümer des „gerber“ ist die Württembergische Lebensversicherung, der bis 2013 die Calwer Passage gehörte – die inzwischen an die Ferdinand-Piëch-Holding verkauft ist. Den Einzelhändlern der Calwer Passage wurde gekündigt, die Läden stehen leer.³ Für das gerber wurde ein Quartiersblock an der Ecke Tübinger-/Paulinenstraße fast komplett abgerissen und nach einem Entwurf des Berliner Architekten Bernd Albers mit Tiefgarage, drei Verkaufsebenen, darüber Büroetagen und Wohnungen bebaut. Von einer Gastronomie an der Südostseite abgesehen, sind die Läden nur über die innen diagonal verlaufende Wegachse erschlossen.



Aushängeschilder signalisieren Ladenzugänge – die Läden sind jedoch nur von innen zugänglich, die EG-Scheiben im öffentlichen Raum bleiben triste. (Bilder: Ursula Baus)

Trumpft das Milaneo mit 200 Shops auf, bietet das gerber nur 90 – mit Lebensmittelketten, Gastronomie und dem üblichen Modeangebot ist das „gerber“ normal bestückt, aber übersichtlicher strukturiert und in der Ausführungsqualität unaufgeregter, solider und „wertiger“ als das Milaneo.



Das Ludwigsburger Architekturquartett diskutiert am 13. November 2014 über das „gerber“; siehe <http://www.architekturquartett.de>



Das „gerber“ (links hinten im Bild) ändert an der städtebaulichen Misere Stuttgarts nichts. Die B14 am Österreichischen Platz bleibt ein Relikt aus der Leitbildzeit „auto-gerechte Stadt“, das von der DASL in ihrer diesjährigen Tagung infrage gestellt wurde. Die DASL tagte: in Stuttgart.

Mehr dazu und zum Städtebaupreis in der Kw 43/2014.

Und die Stadt?

Ob ausgerechnet Shoppingmalls das Raumangebot bringen, auf das eine Stadt wie Stuttgart gewartet hat, sei dahingestellt. Konsumförderung dieser Art als Mittel, um die Binnennachfrage der deutschen Wirtschaft anzukurbeln, sind Methoden des letzten Jahrhunderts. Stadträumlich können nun weder das „gerber“, noch das „Milaneo“ als modellhafte Reparatur oder sinnvolle Weiterentwicklung für eine Stadt des 21. Jahrhunderts gewertet werden. Sowohl die Mobilitätsaspekte als auch die Nutzungsmischung weisen nicht konsequent in eine Richtung, in der die Stadt als Lebensort für alle in gegenseitiger Verantwortung vorangetrieben würde.

Milaneo:
 Projektentwicklung: ECE Projektmanagement | Strabag Real Estate | Bayerische Hausbau
 Architekten: RKW Rhode Kellermann Wawrowsky Architektur + Städtebau, Düsseldorf
 Investitionsvolumen: 550 Mio Euro

gerber:
 Investor: Württembergische Lebensversicherung | Projektentwicklung: Phoenix Real Estate Development | Projektsteuerung: Gassmann + Grossmann Baumanagement
 Architekten: Bernd Albers, Berlin, mit EPA Planungsgruppe, Stuttgart | Innenarchitektur: Ippolito Fleitz
 Investitionsvolumen: 250 Mio Euro

Unten: Facebook-Frage vom 25. September 2014: zum Thema „Original und Fälschung „

freio4 publizistik
 Gepostet von Freinivier Publizistik (1) · 25. September

Original und Fälschung.

Finde die 3586 Fehler und gewinne einen Einkaufsgutschein im Wert von 20 Euro für das neu eröffnete Einkaufszentrum "Gerber" in Stuttgart.

(Fotos: 44penguins/Angela M. Arnold; freio4 publizistik)

