



**Architektenkammer
Niedersachsen**

Architektenkammer Niedersachsen

Laveshaus
Friedrichswall 5
30159 Hannover
Telefon 0511 28096-0
Telefax 0511 28096-19
info@aknds.de
www.aknds.de



Niedersachsen

**Niedersächsisches Ministerium
für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit**
Hinrich-Wilhelm-Kopf-Platz 2
30159 Hannover
Telefon 0511 120-0
Telefax 0511 120-4298
www.ms.niedersachsen.de

DOKUMENTATION

ARCHI- TEKTUR UND KOM- MERZ

27. JUNI 2008

Ein Symposium zu
Baukultur und Innen-
stadtentwicklung in
Niedersachsen





ARCHI-
TEKTUR
UND
KOM-
MERZ

27. JUNI
2008

Ein Symposium zu
Baukultur und Innen-
stadtentwicklung in
Niedersachsen

INHALT

2



Einleitung

4 __ Ingeborg Wiensowski, Journalistin, Der Spiegel, Hamburg

Begrüßung

6 __ Wolfgang Schneider, Präsident der Architektenkammer Niedersachsen

9 __ Mechthild Ross-Luttmann, Niedersächsische Ministerin für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit

Eröffnung

13 __ Innenstadtentwicklung am Beispiel Hannover

Uwe Bodemann, Stadtbaurat der Landeshauptstadt Hannover



Aspekt 1:

Plätze – Was bringt die Gestaltung des öffentlichen Raums der Innenstadt?

- 14 __ Zentrale Plätze in Hannover im Wandel der Zeit
Dr. Sid Auffarth, Stadtbauhistoriker, Hannover

- 19 __ Stadtgestalterische Qualität durch Architektenwettbewerbe
Lutz Schleich, freischaffender Architekt und Stadtplaner, Hannover,
Vorsitzender des Ausschusses für Wettbewerbs- und Vergabewesen
der Architektenkammer Niedersachsen

- 24 __ Neue Ankerpunkte an Nachkriegsschauplätzen.
Beispiele »Steintorplatz« und »Lange Laube« in Hannover
Oliver Witan, netzwerkarchitekten Darmstadt

- 28 __ Aufwertung der Cityränder. Beispiel »Kaufhaus am Brill« in Bremen
Armand Grüntuch, Grüntuch Ernst Architekten, Berlin

Aspekt 2:

Handel – Was kann der Handel mit guter Architektur erreichen?

- 34 __ Architektur als Marketinginstrument
Dr. Jons Messedat, Institut für Corporate Architecture, Stuttgart

- 35 __ Urbane Zentralität und Einzelhandel
Prof. Dr. Dieter Hassenpflug, Bauhaus-Universität Weimar, Fakultät
Architektur, Professur Soziologie und Sozialgeschichte der Stadt

- 42 __ Cityinitiative Hannover: Handel und Architektur
Achim Balkhoff, City-Manager, Hannover

- 46 __ Förderung der Innenstädte durch die »Quartiersinitiative
Niedersachsen«
Jens Imorde, Geschäftsführer der Imorde Projekt- & Kultur-
beratung GmbH, Münster

Aspekt 3:

Zukunft – Was ist die richtige Gestaltung für die Innenstadt?

- 50 __ Metropol Parasol
Jürgen Mayer H., freischaffender Architekt, Berlin

- 51 __ Leitbild für die Innenstadt
Lars Loebner, Architekt, Leiter des Sachgebiets Gestaltung
öffentlicher Raum, Stadtplanungsamt Leipzig

- 57 __ Innenstadtentwicklung durch Baukultur
Wolfgang Schneider, freischaffender Architekt und Präsident
der Architektenkammer Niedersachsen

- 66 __ **Viten**

- 76 __ **Impressum**

Ingeborg Wiensowski Journalistin, Der Spiegel, Hamburg

4

»Architektur und Kommerz« hieß das Symposium zu »Baukultur und Innenstadtentwicklung in Niedersachsen«, das die Architektenkammer Niedersachsen am 27. Juni in Hannover veranstaltete und zu dem sie mich als Moderatorin einlud.

Vorwiegend an Gäste aus dem Handel sollte sich das Symposium wenden und die waren auch zahlreich gekommen. Denn auch in Hannover wird

der Handel gerade mit einem großen Shoppingcenter-Bau des Hamburger Projektentwicklers ECE neben dem Hauptbahnhof konfrontiert, der in 15 europäischen Ländern mehr als 100 Center gebaut hat und betreibt und dem der innerstädtische Einzelhandel etwas entgegensetzen muss. Gute Architektur zum Beispiel.

Die Rahmenbedingungen für die Vorträge und das zu bearbeitende Feld waren abgesteckt: »Städte ohne funktionierenden Handel sind undenkbar, Handel ohne funktionsfähige, belebte Innenstädte ebenso.« So weit, so klar – nur: eine Stadt kann auf verschiedene Weise funktionsfähig sein und womit und wie belebt sie sich?

Architektur als wirtschaftlich gewinnbringender Imagerträger und als Marketinginstrument einer Stadt sollte ein Thema sein, zu dem Achim Balkhoff, City-Manager in Hannover, Beispiele aus seiner Arbeit vortrug. Seine Aktivitäten sollen dazu beitragen, dass sich Bewohner mit ihrer Stadt identifizieren, dass sie z. B. einkaufsoffene Sonntage mit einem begleitenden Programm als »Erlebnis« empfinden, denn das Einkaufen selbst sei längst nicht mehr ein simpler Tausch von Geld gegen Ware. Einkaufen heute hat sich verändert, nicht mehr Preis oder Qualität sind die wichtigste Orientierung, sondern die Umgebung und die Kaufmotive – das Gefühl entscheidet mit. 80 Prozent aller Einkäufe haben nichts mit der Grundversorgung zu tun, sagt die Statistik, sondern Einkaufen ist eine Freizeitbeschäftigung, für die man attraktive innerstädtische Gegenden aufsucht. Das Geschäft läuft also nicht, wenn die Umgebung nicht stimmt oder die Läden langweilig standardisiert sind. Schöner shoppen in der Stadt ist die Realität, die nicht ohne





den Kampf um Kaufkraft und die Marktanteile stattfindet, denn schon heute ist Deutschland Weltmeister im Handel-Flächenangebot.

Das alles bedeutet einen Strukturwandel im Einzelhandel, der nicht nur die Konsumwelt, sondern auch die Stadtkultur verändert. Man denke nur an die Flagship-Stores, an den New Yorker Prada-Laden von Rem Koolhaas, der eine eher miese Ecke von Soho ins Rampenlicht rückte oder an die Autostadt Wolfsburg. Und auch an die »Schloss-Arkaden Braunschweig«, das 30.000 Quadratmeter große, auf alt getrimmte Neubau-Einkaufszentrum ohne eine einzige Arkade. Sein Bauherr, der ECE-Chef Alexander Otto, weiß um die Bedürfnisse der Verbraucher. In einem Zeitungsinterview sagte er, dass standartisierte Center Vergangenheit seien, es habe ein Quantensprung in Bezug auf die Hochwertigkeit der Architektur stattgefunden. »Wir planen nicht mehr nur nach ihrer Funktionalität, sondern auch und gerade nach gestalterischen Gesichtspunkten.« Dafür beschäftige man heute rund 300 Architekten bei ECE und schreibe interne Wettbewerbe aus. »Interne« Wettbewerbe würden dem Architekten Lutz Schleich nicht gefallen, der im ersten Teil des Symposiums in seinem Vortrag »Stadtgestalterische Qualität durch Architektenwettbewerbe« vehement offene Ausschreibungen und kompetente, mutige Juryentscheidungen forderte – womit er von den Wettbewerbs-Vorstellungen des ECE-Chefs ebenso weit entfernt ist wie die standartisierten Beton-Bauteile in Braunschweig von den Arkaden-Bogenmägen eines Schlosses. Leider war der Einladung der Architektenkammer kein Einkaufszentren-Bauherr gefolgt. Aber der Berliner Architekt Armand Grüntuch von »Grüntuch Ernst Architekten« führte mit zwei gewonnenen

Wettbewerben völlig unterschiedliche Beispiele für Verkaufsflächenbau in der Stadt vor. In Bremen baut sein Büro das »Kaufhaus am Brill« aus den sechziger Jahren um. Ein Neubau an dieser Stelle hätte anders ausgesehen, man hätte »nur Nutzflächen geplant, weil ein großer hoher Wintergarten viel zu teuer wäre«. Umbauten seien attraktive Chancen für eine Stadt, sagte Grüntuch und führte gleich anschließend seinen Ende 2007 gewonnenen Wettbewerb, das Einkaufszentrum »Am Brühl« in Leipzig vor – ein gigantisches, umstrittenes Bauvorhaben am südlichen Rand der Innenstadt mit großer Parkfläche und rund 60 Wohnungen.

Als gegen 16 Uhr das Symposium nach dem letzten Aspekt »Zukunft – was ist die richtige Gestaltung für die Innenstadt?« endete, gab es keine Rezepte oder eine allgemeingültige Antwort auf diese Frage. Aber eine positive Zustimmung zu den vorgetragenen Problemen und ihren möglichen Lösungen.

Alle Referenten hatten den Symposium-Teilnehmern durch ihre Vorträge und die Beschäftigung mit der Problematik Innenstadt, Einkaufskultur und Architektur eine kompakte und kompetente Rückbesinnung auf die Stadt vermittelt, auf deren Geschichte, auf Baukultur auch für den Konsum und der damit verbundenen Attraktivität des öffentlichen Raumes. »Wir müssen Hannover Identität zurückgeben« hatte der neue Stadtbaurat Uwe Bodemann in einem Interview mit Lars Menz von der Architektenkammer gesagt. Und in seinem Symposium Vortrag »Innenstadtentwicklung am Beispiel Hannover« hat er konkret vorgeführt, wie und wo damit begonnen wird.

Wolfgang Schneider Präsident der Architektenkammer Niedersachsen

Sehr geehrte Frau Ministerin Ross-Luttmann, sehr verehrte Vertreterinnen und Vertreter der Städte, Kommunen und des Handels, liebe Kolleginnen und Kollegen, meine Damen und Herren,

ich freue mich sehr, dass wir heute gemeinsam das zweite Symposium zur Baukultur in Niedersachsen veranstalten: Das Land Niedersachsen und die Architektenkammer. Wir waren 2007 mit dem Ziel gestartet, durch eine inhaltliche Auseinandersetzung über die Fragen von Architektur und Baukultur die öffentliche Debatte anzuschieben und die Meinung zu schärfen, dass eine gute Gestaltung einen Mehrwert für die Menschen und unsere Gemeinschaft beinhaltet. Die gebaute Umwelt beeinflusst uns täglich. Sie sinnvoll zu formen und zu organisieren, muss unser gesellschaftliches Anliegen sein. Die Diskussion über Mittel und Wege zur Steigerung der Qualität ist daher unerlässlich.

Vor fast genau einem Jahr lautete unser Thema »Corporate Architecture in der Stadtgestaltung«. Wir haben damals herausgearbeitet, wie Baukultur als Synonym für gute Architektur und Verfahrenskultur erfolgreich gefördert und weiterentwickelt werden kann. Ich habe im Nachhinein viele positive Rückmeldungen zu unserer Veranstaltung erhalten. Diesen guten Anfang wollen wir heute fortsetzen und ich hoffe, dass wir gemeinsam eine regelmäßig und jährlich stattfindende Veranstaltungsreihe zu wechselnden Themen der Baukultur auf die Beine stellen.

Heute also »Architektur und Kommerz«. Damit haben wir bewusst den Fokus auf einen – nicht nur in Hannover – aktuellen Gesichtspunkt des großen Spektrums der Baukultur gelegt, der neben Architekten, Stadtpla-

nern und Politikern, auch die Bürgerinnen und Bürger umtreibt: Wir werden heute die Handelsarchitektur, die Architektur für den Kommerz und ihre Auswirkungen auf und die Chancen für die Innenstadt betrachten.

Einkaufen ist zum Erlebnis – oder wie man heute sagt, zum Event – geworden. Wenn die Bürger in die Stadt gehen, dann wollen sie nicht mehr nur die neuen Schuhe, sie wollen von »Latte Macchiato« bis »Public Viewing« eine ganze Palette von Angeboten. Das ist zunächst einmal Kommerz, hat aber eben auch mit Architektur und Baukultur zu tun. Denn erfolgreich beim Werben um die Konsumenten werden vor allem die Städte sein, in denen sich die Menschen gerne bewegen, in denen sie sich wohl fühlen, die gut zu erschließen und übersichtlich sind, die Sicherheit ausstrahlen und die gut gestaltete Gebäude, Wege und Plätze zum einkaufen, bummeln und verweilen anbieten.

Darüber, wie wir zu einer guten Gestaltung für die Zentren kommen, und wie Städte und Bürger davon profitieren, darüber werden wir heute – so hoffe ich jedenfalls – einiges erfahren. An dieser Stelle möchte ich daher nicht zu weit vorausgreifen. Nur so viel:

Die Niedersächsische Landesregierung hat mit der Quartiersinitiative Niedersachsen 2007 gezeigt, dass eine gezielte Förderung der innerstädtischen Räume positive Effekte für die Städte bringt. Gut finde ich, dass das Land nicht kategorisch entscheidet, wohin die Förderung fließt – immerhin eine Million Euro im Jahr 2007 und erneut im Jahr 2008. Sondern, dass die Quartiere sich mit ihren Ideen um die Mittel bewerben. Die unterschiedlichen Ansätze und Konzepte stehen also in einem Wettbewerb, in dem am



Ende die überzeugendste Lösung gewinnt. Wir werden hierzu vor der Mittagspause die Einzelheiten von Herrn Imorde hören.

Wünschenswert wäre, wenn zur Lösung innenstädtischer städtebaulicher und architektonischer Probleme ein weiteres Instrument mehr als bisher genutzt würde: Der Architektenwettbewerb. Er ist als Leistungswettbewerb eine kostengünstige und für alle Akteure gewinnbringende Institution, die der Berufsstand der Architekten den Städten, aber gerade auch den privaten und gewerblichen Bauherren anbietet. Große und kleine Handelsarchitekturen, innerstädtische Plätze, Fußgängerzonen und Einkaufspassagen – sie alle können von den alternativen Lösungsmöglichkeiten, die im Architektenwettbewerb entstehen, profitieren. Ich freue mich daher auf den Beitrag von Uwe Bodemann, der uns vielleicht aufzeigen kann, in welcher Rolle er den Wettbewerb in Hannover in der Zukunft sieht. Außerdem wird uns heute Vormittag Lutz Schleich, Vorsitzender des Landeswettbewerbs- und Vergabeausschusses, die Chancen des Wettbewerbs näher aufzeigen. Wettbewerbsergebnisse werden wir auch in den Fallbeispielen sehen, die uns Almut Ernst vom Büro Grüntuch Ernst Architekten aus Berlin und Oliver Witan vom Büro Netzwerkarchitekten aus Darmstadt vorstellen werden. Ich freue mich, dass sie alle da sind.

Der Wettbewerb als Instrument der Stadtgestaltung, ich sagte es eben, muss mehr als bisher genutzt werden. Die Architekten bieten ihre Teilnahme am Verfahren kostenlos an. Eine finanzielle Förderung des Verfahrens käme daher nicht den Architekten sondern den Auslobern zugute. Ich würde mich freuen, wenn das Land Niedersachsen im Rahmen der erwähnten Quartiersinitiative auch die Auslobung von Wettbewerben als Maßnahme zur Aufwertung des Quartiers begreifen und bei der Vergabe der Fördermittel mit berücksichtigen würde.

Wir wollen aber heute nicht nur den Blick auf Niedersachsen und die hiesigen Entwicklungen lenken. Der Blick hinaus ins Land kann ebenso helfen, neue Ideen und Anregungen zu sammeln. Insofern bin ich neugierig, welche Instrumente zur Innenstadtentwicklung uns Lars Loebner vom Stadtplanungsamt in Leipzig vorstellen wird. Sachsen gilt ja nach wie vor als Boomregion der östlichen Bundesländer und speziell die Innenstadt von Leipzig war und ist von vielen städtebaulichen Prozessen gekennzeichnet.

Außerdem wird uns am Ende der heutigen Veranstaltung der Architekt Jürgen Mayer H. aus Berlin mit seinen Projekten Hinweise zu den Möglichkeiten moderner Stadtgestaltung geben. Projekte, die sicherlich nicht immer unumstritten sind, aber genau das macht auch ihren Reiz aus und

soll unsere Diskussion heute anregen. Ein Beispiel wird die Bebauung des »Plaza de la Encarnation« in Sevilla sein – 1. Preis eines Wettbewerbs aus dem Jahr 2004. Ich bin sehr gespannt auf ihren Vortrag.



Meine Damen und Herren, Sie merken bereits, wie umfangreich und komplex das heutige Thema ist. Ich bin sicher, dass wir viele Facetten genauer untersuchen werden und hoffe, dass wir den für die Entwicklung der Innenstädte Verantwortlichen zahlreiche und dienliche Hinweise geben können.

Durch den Tag wird uns Ingeborg Wiensowski führen. Frau Wiensowski hat selbst Architektur studiert und arbeitet beim SPIEGEL in Hamburg als Journalistin. Ich freue mich, dass wir mit Ihnen, Frau Wiensowski, eine so versierte Moderatorin gefunden haben, die uns dabei helfen wird, unsere Diskussion zu leiten und die Ergebnisse auf den Punkt zu bringen.

Meine Damen und Herren, bevor ich nun das Wort an die Moderatorin abgebe, möchte ich mich noch einmal bei Ministerin Mechthild Ross-Luttmann für ihre Unterstützung bedanken. Ich weiß, wie voll ihr Terminkalender ist und wie sehr Sie auch die anderen Themen ihres Ressorts beschäftigen. Dass Sie das Planen und Bauen und alle seine Aspekte Ernst nehmen, haben Sie dennoch schon mehrfach gezeigt. Über unsere gute Zusammenarbeit und den konstruktiven Dialog bin ich sehr erfreut und hoffe, dass wir auf diesem Weg noch lange weiter gehen.

Meine Damen und Herren, in der Mittagspause laden wir sie hier im Künstlerhaus gerne zu einem Mittagessen im »Maestro-Saal« ein. Ich bedanke mich bei den Mitarbeitern des Landes und der Architektenkammer für die Vorbereitungen dieser Veranstaltung und wünsche uns allen einen interessanten Tag, ein inhaltsvolles Symposium, gute Gespräche in den Pausen und spannende Beiträge.

Zu der heutigen Veranstaltung »Architektur und Kommerz – Ein Symposium zu Baukultur und Innenstadtentwicklung in Niedersachsen« begrüße ich Sie sehr herzlich.

Ich freue mich sehr, dass so viele Interessierte die Gelegenheit nutzen, um sich über Baukultur zu informieren und darüber mit zahlreichen Fachleuten, die ich ebenfalls herzlich begrüße, zu diskutieren. Die über 170 Teilnehmenden machen deutlich, wie groß das Interesse am Thema Architektur und Kommerz ist. Herzlich willkommen hier in Hannover!

Der Architektenkammer Niedersachsen und besonderes Ihnen, Herrn Schneider, möchte ich für die gute Zusammenarbeit in den letzten Jahren danken. Ich freue mich auf weitere erfolgreiche Jahre.

Der Trend zum großflächigen Einzelhandel ist in den Deutschen Städten ungebrochen. Kaum ein Tag, an dem die Tagespresse nicht über Planungen von neuen, immer größeren Einkaufszentren berichtet. Ein folgenreicher Konzentrations- und Umwandlungsprozess im Einzelhandel ist in den Städten in vollem Gange. Facheinzelhandelsbetriebe, aber auch mittelgroße Filialbetriebe, konkurrieren mit großflächigem Einzelhandel – sowohl innerstädtisch als auch auf der »grünen Wiese«. Es deutet sich an, dass unseren Innenstädte vor diesem Hintergrund ein Funktions- und Bedeutungsverlust droht. Diesem entgegenwirken – das ist die wohl dringlichste Aufgabe der Stadtentwicklung überhaupt.

Lebendige Stadtzentren brauchen ein ansprechendes Stadtbild, einen öffentlichen Raum mit hoher Aufenthaltsqualität und ein attraktives Angebot an Handels-, Kultur- und Freizeiteinrichtungen.



Das Symposium widmet sich daher am heutigen Vormittag diesem Thema. Damit setzen wir unsere Bemühungen um zukunftsweisende Konzepte für den öffentlichen Raum fort, die mit der ausliegenden Dokumentation einer entsprechenden Projektrecherche begonnen haben. Denn es ist wichtig, die urbane Lebensqualität mit frischen, städtebaulichen gestaltenden Ideen zu erhöhen. Darüber hinaus eröffnen sich gute Chancen, die Innenstädte entgegen dem dargelegten Trend zu stabilisieren und zukunftsfähig weiter zu entwickeln. Wie dies geschieht, werden die heutigen Vorträge verdeutlichen.

Meine Damen und Herren, aus Sicht des Landes sehr positiv entwickelt hat sich die – nun schon im zweiten Jahr – modellhafte Förderung der Bildung von Immobilien- und Standortgemeinschaften. In diesen Gemeinschaften schließen sich Grund- und Immobilieneigentümer sowie Nutze-



rinnen und Nutzer freiwillig zusammen. Ihr Ziel ist, eigenverantwortlich mit langfristigem Engagement zu handeln, sich an der Strukturverbesserung sowie an der städtebaulichen Aufwertung des jeweiligen Projektgebietes zu beteiligen.

Herr Imorde wird kurz vor der Mittagspause die Quartiersinitiative Niedersachsen – kurz QiN – noch ausführlich vorstellen. Daher möchte ich einleitend nur auf einige Dinge hinweisen. Die bisherigen Ergebnisse dieser noch jungen Initiative des Landes sprechen für sich: Obwohl nach der Startveranstaltung im Herbst 2007 für die Beteiligung am Wettbewerb nur zwei Monate zur Verfügung standen, sind aus 44 Städten und Gemeinden insgesamt 45 Anträge für Modellförderung »QiN« eingegangen.

Auf Vorschlag einer unabhängigen Jury konnten 18 Projekte gefördert werden. Die hohe Beteiligung und die ersten Ergebnisse der 2007 begonnenen Förderung zeigen, dass wir mit »QiN« einen guten und richtigen Weg zur Stärkung innerstädtischer Zentren beschreiten. Wir wollen daher die Förderung in dieser Legislaturperiode fortsetzen und haben im Landeshaushalt 2008 wieder 1 Million Euro eingeplant. Im Wettbewerb 2008, für den die Bewerbungsfrist gerade abgelaufen ist, haben sich wieder 30 Projekte um eine Förderung beworben.

Die Städtebauförderung stellt ein zentrales Element der niedersächsischen Bau- und Wohnungspolitik dar und ist als Gemeinschaftsaufgabe von Bund und Ländern ausgestaltet. Sie unterstützt die Kommunen, dringende Investitionen in die Infrastruktur ihrer Innenstädte und die Modernisierung der Gebäude in Gang zu setzen. Und die Städtebauförderung soll

vor allem diejenigen Städte stabilisieren und aktivieren, die in besonderem Maße entweder vom demografischem Wandel, vom wirtschaftlichem Strukturwandel einhergehend mit gewerblichem Leerstand, von Arbeitslosigkeit, von Wohnungsleerstand oder von Zuwanderung betroffen sind.

Die Städtebauförderung soll unsere Städte wieder attraktiver machen. Wir wollen alle in unseren Städten nicht nur wohnen und arbeiten. Wir wollen darüber hinaus auch ein abwechslungsreiches Angebot an Einkaufsmöglichkeiten und Freizeitgestaltungsmöglichkeiten vorfinden. Ich freue mich sehr, dass wir im Programmjahr 2008 die Städtebauförderung erheblich stärken konnten. Erstmals kann das Land die Programmkomponente »Stadtumbau West« mitfinanzieren. Auch die Gegenfinanzierung des neu vom Bund aufgenommenen Programmbereichs »Aktive Stadt- und Ortsteilzentren«, mit dem insbesondere die Innenentwicklung voran gebracht werden soll, haben wir sichergestellt.

Allein im Städtebauförderungsprogramm stehen im Programmjahr 2008 mit Landes- und Bundesfinanzhilfen, dem Investitionsanteil der Gemeinden und den zweckgebundenen Einnahmen insgesamt rund 76 Mio. Euro bereit. Das sind immerhin rund 21 Mio. Euro mehr als im vergangenen Jahr. An dieser großen Summe kann man erkennen, wie wichtig dem Land die Städtebauförderung ist. Und auch in den kommenden Jahren wird die Städtebauförderung ein wesentlicher Motor für die Stadtentwicklung in Niedersachsen sein.

Meine Damen und Herren, wenn wir wollen, dass die Menschen in die Stadt gehen, dass sie flanieren, bummeln und einkaufen gehen, dann müs-

sen wir zuallererst dafür sorgen, dass sie sich in der Stadt wohl und vor allem sicher fühlen.

An dieser Stelle möchte ich kurz die »Sicherheitspartnerschaft im Städtebau in Niedersachsen« ansprechen. Leerstehende Geschäfte, verschmierte Häuserwände, Unrat, Angsträume, wie unübersichtliche Zugänge und Tiefgaragen – all dies sind nicht nur Faktoren, die die Innenstädte unattraktiv machen. Sie können auch Unsicherheiten und Unbehagen erzeugen und deshalb Menschen fern halten.

Wir wissen heute, dass der Architektur und der Freiraumgestaltung eine ganz erhebliche Bedeutung bei der Sicherheit im Städtebau zukommt. Diesem Thema hat sich die Architektenkammer kürzlich näher gewidmet. In einer erfolgreichen Ausstellung und mit einer interessanten begleitenden Veranstaltung hat sie genau diese Aspekte aufgegriffen und anschaulich dargestellt. Herr Schneider, auch dafür noch einmal herzlichen Dank!

Ich lade die Vertreterinnen und Vertreter der anwesenden Einzelhandelsverbände, Handels- und Handwerkskammern, die noch nicht Mitglied sind, herzlich ein, sich an der Sicherheitspartnerschaft im Städtebau in Niedersachsen zu beteiligen. Bisher sind 17 Verbände und Institutionen in dieser Partnerschaft miteinander verbunden. Wirken auch Sie in diesem Feld mit, um Lebensqualität und Attraktivität der niedersächsischen Städte und Gemeinden weiter zu steigern.

Meine Damen und Herren, dieser Kongress ist eine Chance, einen breiten Informations- und Diskussionsprozess über Baukultur in Gang zu setzen. Wir wollen in der Bau- und Planungskultur verstärkt mit Architekten

und Stadtplanern, Bürgerinnen und Bürgern ins Gespräch kommen. Ebenso müssen die Kontakte zwischen Architekten, Stadtplanern, Bürgerinnen und Bürgern weiter gefördert werden. Dabei geht es um Verbesserung der städtebaulichen Qualität, wie auch um ein vertieftes Verständnis für eine qualitätvolle Planung und Ausführung.

Das Land bekennt sich ausdrücklich zur Etablierung und Förderung der Baukultur in Niedersachsen. Dazu leistet nicht zuletzt die Verleihung des Niedersächsischen Staatspreises für Architektur einen wesentlichen Beitrag. Das Thema in diesem Jahr lautet: »Bauen für Bildung und Kultur«. Es ist bewusst weit gefasst und hochaktuell. Denn Einrichtungen für Bildung und Kultur liefern wesentliche Beiträge zur gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung.

Die Bandbreite der Bildungs- und Kulturbauten reicht von Schulgebäuden und Kindertagesstätten bis hin zu Kirchen und Museen. 73 Arbeiten, so viele wie noch nie, wurden eingereicht. Am 30. September wird Ministerpräsident Wulff auf Vorschlag einer hochkarätigen Jury den Staatspreis für Architektur 2008 verleihen. Eine breit angelegte Öffentlichkeitsarbeit, darunter die Präsentation der ausgezeichneten Arbeiten im Rahmen einer Wanderausstellung, macht den Staatspreis auch über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Damit trägt er erheblich dazu bei, das Bewusstsein für baukulturelle Qualität in Niedersachsen zu schärfen.

Das baukulturelle Engagement des Landes greift aber noch weiter: Gemeinsam mit dem Verein zur Förderung für Baukunst und der Architektenkammer bereiten wir zurzeit eine Strategie für die Förderung der Bau-

BEGRÜSSUNG

Mechthild Ross-Luttmann



kultur in Niedersachsen vor. Im Herbst werden wir hierzu erste Ergebnisse präsentieren.

Die heutige Veranstaltung könnte kaum in besser passenden Räumlichkeiten stattfinden als hier im Künstlerhaus. Denn das Künstlerhaus ist nicht nur ein Baudenkmal, das die Innenstadt mit prägt. Es ist auch ein dynamischer moderner Kulturort im Herzen Hannovers, der mit seinen Veranstaltungen und in enger Zusammenarbeit mit dem angrenzenden Schauspielhaus einen lebendigen urbanen Kulturort schafft. Dem Hausherrn, der Landeshauptstadt Hannover, sei an dieser Stelle gedankt, dass wir heute hier zu Gast sein dürfen. Ebenso danke ich den MitarbeiterInnen und Mitarbeiter der Architektenkammer und des Sozialministeriums für die Vorbereitung der Veranstaltung.

Meine Damen und Herren, »Chancen multiplizieren sich, wenn man sie ergreift«, sagt ein chinesisches Sprichwort. Nutzen Sie in diesem Sinne den heutigen Tag um das Verständnis für Baukultur mehr zu festigen und weiter zu vertiefen – sei es durch die zahlreichen Fachvorträge oder auch durch Gespräche mit anderen Teilnehmenden. Denn Baukultur ist auch und gerade die Diskussion und die Kommunikation über gutes Bauen. Ich wünsche Ihnen allen einen spannenden und informativen Tag.

Es gilt das gesprochene Wort.

Uwe Bodemann, Stadtbaurat der Landeshauptstadt Hannover

Die Stadt Hannover bereitet unter dem Titel »Hannover City 2020« einen interdisziplinären Dialog mit der Stadtbevölkerung zur Entwicklung der Hannoverschen Innenstadt und ihrer Verflechtungsbereiche vor, der im Jahr 2010 in ein städtebauliches Workshop- oder Wettbewerbsverfahren münden soll.

Grundlegendes Ziel ist es, durch spezielle Methoden und Beteiligungsverfahren mit unterschiedlichsten Akteuren die zukünftige Innenstadtentwicklung gemeinsam zu gestalten, das heißt vor allem, synergetische Effekte von privaten und öffentlichen Planungen und Investitionen zu erreichen.

City 2020 knüpft an den durch die EXPO 2000 und die ECE-Ansiedlung eingeleiteten Erneuerungsprozess der Innenstadt an. Mit innovativen und kreativen Ideen soll die City gemäß ihrer gesamtgesellschaftlichen Bedeutung für die Stadt, für die Region Hannover und als Sitz der Landesregierung zukunftsweisend entwickelt werden.

Den Auftakt von Hannover City 2020 bilden vier große öffentliche Veranstaltungen im Herbst 2008. Externe Fachleute werden an vier Abenden aus unterschiedlichen Blickwinkeln das Thema Innenstadtentwicklung beleuchten und aktuelle Tendenzen aufzeigen.

In Vorbereitung dieses breit und öffentlichkeitswirksam angelegten Auftaktes werden Gespräche mit Hauptakteuren aus allen wichtigen Bereichen des innerstädtischen Lebens in Hannover geführt, um diese als Projektpartner zu gewinnen.



Dieser Auftakt wird als Dialog im Jahr 2009 durch Veranstaltungen und Symposien zu verschiedenen thematischen und teilträumlichen Fragestellungen der Innenstadt fortgesetzt, in denen die Akteure, Probleme und Potenziale vor Ort in Hannover zentrales Thema sind.

Drei bekannte Persönlichkeiten der Hannoverschen Stadtgesellschaft unterstützen diesen Prozess maßgeblich und wirken für die Stadt aus unterschiedlichen Kontexten heraus als Kommunikationsträger und kritische Begleiter der Planung.

Um zu qualitätvollen städtebaulichen Lösungen zu kommen, wird ein externes Planungsbüro beauftragt, das das Projekt Hannover City 2020 durch die Erarbeitung eines Leitplanes begleitet. Dieser Plan zeigt sowohl die historische Entwicklung der Hannoverschen City auf und diskutiert vorhandene Planungen als auch die Ergebnisse des Stadtdialogs und überprüft diese fortlaufend. Aus dem Leitplan und der öffentlichen Diskussion werden verschiedene Interventionsräume für einen Wettbewerb abgeleitet.

ASPEKT 1

Plätze – Was bringt die Gestaltung des öffentlichen Raums der Innenstadt?

ZENTRALE PLÄTZE IN HANNOVER IM WANDEL DER ZEIT

Sid Auffarth, Stadtbauhistoriker, Hannover

»Stadtplanung muss die Geschichte der Stadt mitdenken.«

Lutz Schleich in der HAZ vom 19. Juni 2008

Heinz Wetzel, Lehrer der traditionalistischen Stuttgarter Architekturschule, verstand unter Gestalten im Städtebau »Aufräumen« – in des Wortes bildhafter Bedeutung. »Aufräumen« sei mehr als ein Ordnen, Aufräumen spreche das Gemüt, die Seele an. Er sah sich in der legitimen Nachfolge Camillo Sittes, dem einflussreichen Stadtplaner und genauen Beobachter des europäischen Platzlebens und seines baulichen Rahmens. In dem 1889 herausgegebenen Buch »Der Städtebau nach seinen künstlerischen Grundsätzen« beschreibt er den Platz als den Schauplatz des gemeinsamen Lebens. Der richtige Platz könne – davon war er überzeugt – der Seele des modernen Menschen den Fluch der Einsamkeit und die Furcht vor der öden und geschäftigen Leere nehmen. Diese Einsicht ist bis heute gültig, so heisst es beispielsweise im 1999 erarbeiteten Manifest für die Öffentlichen Räume in Hannover zeitgemäßer: »Die öffentlichen Räume können für die Zukunft Platz für den direkten Kontakt von Mensch zu Mensch bieten. Sie sind Ausgleich für die immer individuelleren Lebenswelten einer sich vernetzenden und virtualisierenden Gesellschaft.« Wo also ist Kontinuität, wo Wandel auf unseren Plätzen zu finden?

Ich beginne mit einem detailgenauen Ölgemälde von Domenico Quaglio, das für 1834 ein lebendiges Markttreiben in der Köbelinger Straße zeigt. Im Schatten der Marktkirche, vor der alten Ratsapotheke, die 1844 abgerissen wurde, sind Leiterwagen, Buden und Stände der Gartenleute aufgestellt: Wochenmarkt eben. Abgebildet ist der einzige größere Platz im mittelalterlichen Straßengefüge, bestenfalls kann noch der Holzmarkt als Nebenmarkt genannt werden. Denn die Handwerker produzierten im eige-

nen Haus und nutzten wie die Kaufleute auch ihren Hausvorplatz zu Auslage und Verkauf: Einige produzierten nebeneinander wie Schmiede, Krämer, Knochenhauer oder Schuster, nach denen dann auch die Straßen hießen, andere – wie die Bäcker – waren in der Stadt verteilt: »Städte spiegeln in ihren öffentlichen Räumen die gesellschaftlichen Zustände im Laufe der Geschichte wieder.«

Betrachten wir den Stadtplan von Hannover in der Zeit als Residenzstadt um 1680: Die Stadt mag etwa 8.000 Einwohner gezählt haben. Eng an der Marktkirche lag der ummauerte Kirchhof, der bis 1739 als Begräbnisstätte, aber zugleich auch für profanes Leben benutzt wurde. Überliefert sind feierliche Versammlungen des Rates. Erst dann wurden Verkaufsstände für die Gartenleute eingerichtet, erst dann stand die Fläche vor dem alten Rathaus insgesamt dem Markttreiben zur Verfügung. Der heutige Marktbrunnen mit Fisch- und Blumenverkäuferin in Bronze, von C.W. Hase entworfen und 1881 vor die Mitte des Rathauses aufgestellt, trennte real den Fisch vom Blumenmarkt. Die beiden Hauptstraßen, für das Marktgeschehen bauchig geweitet, verlaufen parallel zur Leine vom Aegidientor zum Steintor, wo sich jeweils Sammelplätze befanden. Dieses parallele Straßensystem wurde erst durch den Bau des Bahnhofs nachhaltig 1843 gestört.

Im November 1842 fertigte Georg Ludwig Friedrich Laves eine Skizze des Bahnhofsviertels, der sogenannten Ernst-August-Stadt, an. Drei Monate später wurde die Stadterweiterung so beschlossen. Ein weitsichtiger planerischer Geniestreich des Königlichen Hofbaurats, der dem Bahnhofplatz ein weites Fünfeck von 160 x 70 Metern verpasste, das als neuartiger cour



Markttreiben in der Köbelinger Straße.

Ölbild von Domenico Quaglio, 1834

(Quelle: Hannover-Archiv, hrsg. von Franz Rudolf Zankl, Braunschweig, 1986, S. 131)

d'honneur quasi das bürgerliche Gegenstück zum Leineschloss bildete: Fächerartig gespreizte Straßen dockten an die ehemalige Wallpromenade an, die 1787 angelegte Georgstraße. Ein weiteres Element des vernetzt angelegten Systems bildete das Dreieck des Opernplatzes, dessen Mitte wenig später das Königliche Theater (1845–52) einnehmen sollte. Dieses wiederum bildete den Ausgangspunkt für die nach Nordosten ins Tivoliviertel führenden Achse von Theater- und Königstraße. Durch die mehrfache Verknüpfung von Altstadtrand, neuem Bahnhof und angedachter Stadterweiterung ins Steintorfeld gelang Laves ein überraschend modernes Ordnungsprinzip. Doch es war vor allem der Bahnhof, der magnetisch Hotels, Banken und schließlich Geschäftshäuser anzog, die die frühe villenartige Wohnbebauung an der Georgstraße bald verdrängten: Rund um das Café Robby, das ab 1900 Kröpcke-Café hieß, bildete sich die neue City aus. Der streitbare Berliner Wohnungsreformer Rudolf Eberstadt wunderte sich noch 1908 darüber, dass in Hannover die Altstadt nicht zum Zentrum überformt worden war, sondern sich an deren Rand angelagert hatte: »Bemerkenswert sind die innerstädtischen Wohnverhältnisse der Stadt Hannover. Ein Teil der Straßen der Altstadt ist zu hochwertigen Geschäftsstraßen umgewandelt und mit Geschäftshäusern besetzt (rund ums Kröpcke, d. Verf.). Ein großer Teil der Innenstadt dagegen ist Wohnstadt geblieben und bildet mit seinen alten Häusern einen dicht bevölkerten Arbeiterwohnbezirk (die historische Altstadt, d. Verf.).«

Was ist vom Lavesschen Fünfeck, dem heutigen Ernst-August-Platz, geblieben? Der Platz wurde mehrfach neu eingerichtet, bildet aber bis heu-

te das großzügige Entree zur Innenstadt. Gesellschaftliche und verkehrstechnische Veränderungen konnten ihm nichts anhaben: Droschken wurden von Straßenbahnen, Automobilen und schließlich von der U-Bahn abgelöst. Den passagieren Ort von Ankunft und Abreise kennzeichnet als einprägsamen Treffpunkt das Reiterstandbild für den hannoverschen König Ernst August: Man trifft sich seit seiner Einweihung 1861 »unterm Schwanz«.

Zum zweiten und wichtigsten Treffpunkt entwickelte sich die Kröpcke-Uhr. Hier im Schnittpunkt innerstädtischer Geschäftsstraßen ist die lebendige Mitte der City: auch »Herz der Stadt« genannt. Ein erster Versuch, das Abknicken der Georgstraße räumlich zu gestalten, stammt aus dem Jahre 1816 von Laves, der am Ende seiner nach ihm benannten Achse vom Leineschloss zum Knickpunkt der Georgstraße einen Kreisplatz von etwa 65 Meter Durchmesser vorsah. Er sollte die Keimzelle einer weitläufigen Erweiterung der Residenzstadt bilden.

Wenn Sie die Entfernung vom Bahnhof zum Kröpcke nachmessen, kommen sie auf etwa 250 Meter. Dies ist erfahrungsgemäß der Abstand zweier Knoten im Wegenetz. Bei einem Besuch im Pariser Architekturbüro von Le Corbusier, wies uns der befreundete Mitarbeiter darauf hin, dass es rund um den nahe gelegenen Platz Caroussel de Buci alle 250 Meter eine platzartige Situation gebe – mit Angeboten zum Aufenthalt: Cafés, Restaurants, Läden. Auf hannoversche Verhältnisse übertragen bleibt die Analyse überraschenderweise gültig: Die Wege auf der Linie Ernst-August-Platz – Kröpcke – Platz der Weltausstellung – Marktplatz – Holzmarkt – Neustädter Markt bzw. Steintor – Bratwurst-Glöckle – Kröpcke – Rathenauplatz



– Georgsplatz – Aegi messen immer 250 Meter! Die Großstadt hat sich im 19. Jahrhundert zusätzlich zum dominanten Marktplatz neue Räume geschaffen, die dem raschen Einwohnerwachstum entsprachen.

Auf einem Holzstich von 1881 ist der zweite Versuch festgehalten, den Kröpcke nun als Kreuzungspunkt neu zu fassen: Ferdinand Wallbrecht setzte 1879–81 den ersten Bauabschnitt des innerstädtischen Durchbruchs der Karmarschstraße durch. Der torartige Auftakt am Kröpcke wurde linkerhand vom 1879 zum Hotel Continental umgebauten und aufgestockten Polytechnikum und rechts vom Geschäftshaus Brackebusch (1881) gebildet – so blieb es bis zur Zerstörung in der Octobernacht 1943. Die Planungen des Neubeginns nach 1948 zeigen den dritten Versuch, durch den der Zugang zur Altstadt aufgeweitet wurden. Die Anlieger an der Karmarschstraße gaben nach beredtem Ersuchen Rudolf Hillebrechts mehr oder weniger freiwillig einen 4-Meter-Streifen ihres Grundstücks für die Verbreiterung ihrer Straße her. Die Hoffnung aller Beteiligten war es, die Altstadt für Kundenströme aufzuschließen. Der heutige unzureichende Platzraum besteht mehr oder weniger aus einem Brückenbauwerk, das die Niki-de-St. Phalle-Promenade überspannt, und damit den vierten Versuch Anfang der 70er Jahre dokumentiert, mit Kröpcke-Center, U-Bahnanschluss und Passerelle ein urbanes Zentrum zu schaffen. Und es blieb urban – trotz der betonierten Intervention.

Den fünften Versuch einer Erweiterung des Kröpcke-Center bildete die HAZ am 11.7.97 ab. In Anlehnung an die Dreiecksform des Opernplatzes soll mit einem Umbau nach Plänen der Architekten Gerkan und Marg der histo-

rische Stadtraum wieder hergestellt werden, aber durch das Fortschreiben der aktuell vorhandenen Kubatur bleibt auch die um acht Meter vorspringende Fluchtlinie an der Georgstraße unverändert beibehalten. Sieht so eine kritische Rekonstruktion des Stadtraums aus? Ich meine: Hier beruft sich der Investor dreist auf bauliche Traditionen, ohne sich dann daran zu halten, nur um so ungestörter die Verkaufsfläche maximieren zu können. Nach jüngsten Berichten sollen sogar die Arkaden an der Georg- und Ständehausstraße wegfallen.

Der Stadtplan von 1908 zeigt eine »Kette festlicher Räume«, wie sie der hannoversche Stadtgarten-Direktor Julius Trip vom Bahnhof über die Georgstraße bis hin zum Maschpark geplant und ausgeführt hat. Er griff damit die Vernetzungsidee von Laves wieder auf und aktualisierte sie. Die neu gestalteten Stadtplätzen wurden in der Öffentlichkeit mit Staunen wahrgenommen. Als im Sommer 1903 Elisabeth Boehm, die Gründerin der Landfrauenbewegung, die königliche Haupt- und Residenzstadt Hannover besuchte, notierte sie begeistert: »Überall große freie Plätze mit wunderbaren Anlagen, jedes Haus mit kleinem Vorgarten und von oben bis unten berankt. Die Stadt beschäftigt Hunderte von Gärtnern, die dauernd schneiden und putzen, pflanzen und sprengen. Es ist eine wundervolle Stadt.« (HAZ vom 17.6.03) Aus einer »verkrauteten und verwahrlosten« Platzfläche rund um das Opernhaus war nach der Besitzübergabe 1889 an die Stadt eine Gute Stube der bürgerlichen Gesellschaft in Hannover geworden.

Es verwundert deshalb nicht, wenn der Osnabrücker Oberbürgermeister feststellte, dass Hannover gar keine Großstadt sei, sondern nur die Gute

Stube – aus der die Arbeiter mehr oder weniger ausgegrenzt waren: Sie blieben jenseits der Ihme in Linden. Somit blieb es dem Bürgertum vorbehalten, nachhaltig die städtische Kultur und damit auch die Gestaltung der Plätze zu prägen. Die neuartige Verknüpfung von Platzräumen erinnert an die 1927 getroffene Feststellung Wassily Kandinskys, dass fast das ganze 19. Jahrhundert eine mehr oder weniger ruhige Arbeit am Ordnen gewesen sei. Ein Ordnen, das die Spezialisierung förderte und damit ein Denken, das dem Entweder-Oder verpflichtet war. Dagegen sei die neue Zeit durch Vielfalt, Differenz, Experiment und Ambivalenz gekennzeichnet, die nach Zusammenhang verlange, nach Synthese. Das 20. Jahrhundert habe sich auf die Suche nach dem »UND« begeben, die – wie anfangs ausgeführt – bis heute anhält. Denn die Plätze sollen »Ausgleich für die immer individuelleren Lebenswelten einer sich vernetzenden und virtualisierenden Gesellschaft« bieten.

Fotos vom Grün des Opernplatzes um 1900 zeigen beispielsweise ein repräsentatives Rundbeet mit mit teppichartiger Bepflanzung. Die Seiten waren durch exotische Zierpflanzen dekorativ aufgewertet. Nicht der Architekturplatz, sondern das »natürliche Prinzip« hatte sich durchgesetzt: Die reichen Blumenzusammenstellungen waren dem Kölner Gartendirektor Fritz Encke (1908) nach an Üppigkeit der Kultur und Exaktheit der Anordnung in Deutschland unübertroffen. Der Schorsenbummel, Hannovers Korso der Stadtbürger, war denn auch hier zu finden.

Der Versuch, beim Wiederaufbau von Hannover, der vielmehr ein Neuanfang war, für die neuen Verkehrsströme angemessenen Raum zu schaf-

fen, führten zu den »Verkehrsturbinen« an Aegi und Steintor. Sie wurden für die Gleisradien der Straßenbahnen und Fahrspuren der Kfz optimiert – nicht weil man das schön fand, sondern um die Erreichbarkeit der Innenstadt zu gewährleisten. Rudolf Hillebrecht war optimistisch: »Man wird sich an die neuen Platzräume gewöhnen müssen.« Hier irrte der sonst so weitsichtige Planer. Der »Aegidienwald« aus Birkenmasten und Windfahnen, den Studierende der Leibniz-Universität 2006 gepflanzt haben, zeigt das vergebliche Bemühen um Attraktivierung der verkehrsgerechten Orte. Es bleiben Luftnummern, die die mangelnde Aufenthaltsqualität entlang des Cityrings ästhetisch kompensieren sollen.

Zum versöhnlichen Schluss: ein Blick auf den Ballhofplatz, den wohl gemütlichsten Platz der Altstadt. Entstanden ist er erst 1938 im Rahmen der sog. Altstadtgesundung. Er war Vorplatz und Aufmarschfläche für die Hitlerjugend und erläutert beispielhaft den Satz Hannah Arendts von der Banalität des Bösen: wo traditionalistische Architektur die Herrschaftszwecke verdeckten, die heute erfreulicherweise nicht mehr gelten.

Jede Zeit schreibt sich auf ihre Weise in die Stadtstruktur ein, überschreibt sie und löscht sie in Teilen auch aus. Die planerischen Versuche am Kröpcke belegen das Scheitern. Den Maßstab sollte nicht die Form setzen, sondern die Menschen, die die Plätze benutzen und sich aneignen. Camillo Sitte gab zu Bedenken, dass ein bloß unverbauter Fleck noch kein Stadt- platz sei. »Streng genommen gehört sehr viel dazu an Ausschmückung, Bedeutung, Charakter; aber so wie es möblierte Zimmer und auch leere gibt, so könnte man von eingerichteten und noch uneingerichteten Plätzen reden.« **Wir haben leider etliche nicht eingerichtete Plätze.**

ASPEKT 1

Plätze – Was bringt die Gestaltung des öffentlichen Raums der Innenstadt?

STADTGESTALTERISCHE QUALITÄT DURCH ARCHITEKTENWETTBEWERBE

Lutz Schleich, Freischaffender Architekt und Stadtplaner, Hannover



Ich würde mich freuen, wenn es mir gelänge, Sie in der mir zugedachten Zeit auf einen Gedankengang mitnehmen zu können, selbst wenn ich zur Einstimmung des mir seitens der Kammer zugedachten Themas »Stadtgestalterische Qualität durch Wettbewerbe« mit dem Ausruf beginne: »I have a dream!«

Wenn ich an dieser Stelle vorab ein »mea culpa« entbieten darf, dass ich gleich zweimal das Wort »Architekten«, nämlich vor dem Wort »Kammer« und vor dem Wort »Wettbewerb« unterschlagen habe, hat dies seine Bewandnis selbstverständlich darin, dass sich die große Zahl der Kammer-

mitglieder nicht düpiert sieht, die sich nicht allein Architekten nennen, also Stadtplaner, Landschaftsarchitekten und Innenarchitekten. In medias res: »I have a dream!«

Ich habe den Traum, dass Fragen und Aufgaben zur stadtgestalterischen Qualität in unserem demokratischen Gemeinwesen selbstverständlich immer auf der Grundlage einer gemeinsamen Erfahrungsgeschichte bearbeitet, beantwortet und soweit zuträglich gelöst werden.

Ich habe den Traum, dass die stets aufs neue einzuwerbende Glaubwürdigkeit des Handelns im öffentlichen Diskurs erreicht und bestätigt wird. Ich habe den Traum, dass die Dialogfähigkeit unter den Partnern in unserer Zivilgesellschaft immer wieder auf den Prüfstand gestellt wird und somit der gesellschaftliche Konsens eingeübt wird.

Ich habe den Traum, dass in Anerkennung des Vorgesagten zum Beispiel das reizvolle Ziel erreicht wird, die Landeshauptstadt Hannover zu einem Leistungszentrum für Wettbewerbe zu entwickeln, neben zahlreichen regionalen Leistungszentren in Niedersachsen, und zwar auf dem Weg eines längst überfälligen Paradigmenwechsels: von nicht offenen zu offenen Wettbewerben, zugänglich für Stadtplaner, Landschaftsarchitekten, Architekten und Innenarchitekten, einer jeweils sinnstiftenden Aufgabenstellung entsprechend. Ich habe den Traum, heute!

Zurück zu den offenen Wettbewerben! titelt eine aktuelle Streitschrift des Kollegen Wilhelm Kücker, ehemaliger Präsident des BDA und einstiger langjähriger Vizepräsident der Union Internationale des Architectes UIA, in Paris. Nach einem vorgestern mit ihm geführten intensiven Gespräch über

seinen trefflichen Beitrag zum Thema, darf ich Ihnen wesentliche Auszüge daraus übermitteln und gern als Botschaft nahebringen:

»Gentlemen, that is the winner!« Die Jury unter Vorsitz von Sir Leslie Martin hatte nach mehrtägiger Sitzung die engere Wahl aus 233 Projekten getroffen, als zu guter Letzt auch noch der verspätete Eero Saarinen erschien, um aus der Masse der Ausgeschiedenen eine Arbeit wieder hervorzuholen und mit beredten Worten die widerstrebenden Mitjuroren schließlich doch noch zu überzeugen: »Meine Herren, das hier ist der Sieger!« Eine, wie sich noch herausstellen würde, epochale Entscheidung, die sich 1956 im australischen Sydney ereignete. Ging es doch um nichts weniger als das Prestigeobjekt des Opern- und Konzerthauses für den fünften Kontinent.

Der Gewinner: Jorn Utzon, ein Däne. Nie gehört. Wie auch? Bisher nichts gebaut. Dennoch erhielt er den Auftrag. Für Siegfried Giedion Anlass genug, die Neuausgabe von »Raum, Zeit, Architektur«, Schlüsselwerk zur Geschichte der Moderne, um ein ganzes Kapitel zu erweitern, das er »Jorn Utzon und die dritte Generation: das Recht auf Ausdruck« nannte.

Warum erzähle ich das? Um daran zu erinnern, wofür der Architektenwettbewerb einmal stand und was daraus gemacht wurde. Ein Nobody wie dieser Utzon hätte heute bei uns nicht die leiseste Chance, ein sogenanntes vorgeschaltetes Auswahlverfahren zu bestehen. Höchste Zeit, dies zu bedenken. Beschränkt offen ist nicht offen.«

»Das Wettbewerbswesen kollabiert. Der einst anonyme, offene Wettbewerb gehört der Vergangenheit an, und zudem setzt sich der Ab-

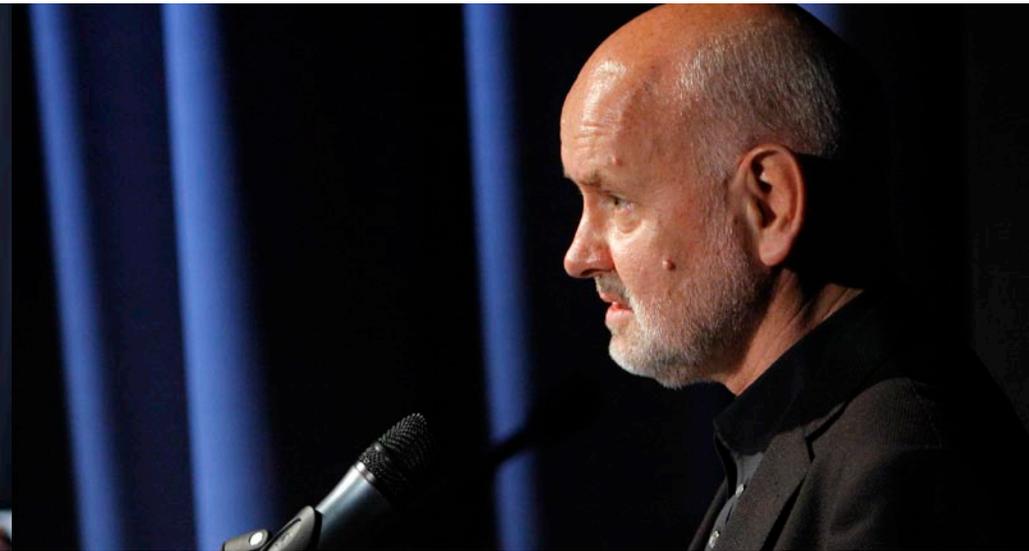
wärtstrend der Wettbewerbe ungemindert fort,« mahnt Erwin Wachter Da Architekturwettbewerbe bereits eine lange Tradition haben, kann ein Blick zurück nicht schaden: Bekannt ist der Wettstreit um die Florentiner Domkuppel Santa Maria del Fiore Anfang des 15. Jahrhunderts, offen für jedermann, der es sich zutraute. Gewonnen wurde diese Konkurrenz von einem gelernten Goldschmied und Bildhauer, der keine Ausbildung an einer Bauhütte absolviert hatte, mit einer bravourösen Lösung, sein Name: Filippo Brunelleschi.

Warum also das Herumnovellieren an den Wettbewerbsregeln? »Mit Nachweisen wirtschaftlicher und technischer Leistungsfähigkeit, Offenlegen von Bilanzen, Beibringen von Kautionen und Sicherheiten aller Art, Angaben zum Personalstand nebst Namen, Alter und Funktion der Beschäftigten sowie einer Liste der in den letzten Jahren ausgeführten vergleichbaren Bauvorhaben. – Wieviel Bundeskanzlerämter haben Sie schon gebaut? – Zum Lachen ist es, wenn es nicht zum Weinen wäre.

Was hat das Abfragen geschäftlicher Konditionen mit der Qualifikation für Architekturwettbewerbe zu tun? Noch ein Indiz für das tatsächliche Desinteresse an »Baukultur«, die jedoch, weil derzeit angesagt, ständig beschwört wird: Wettbewerbsanzeigen widmen ihren weitesten Raum den Teilnahmehindernissen.

Teilnehmer ist, wer den größten Umsatz hat, die höchste Mitarbeiterpopulation, das beste High-Tech-Equipment. Punktum. Dazu ein Einschub: die durchschnittliche Beschäftigungszahl der BDA-Büros betrug nach einer Mitgliederbefragung 2006 sechs versicherungspflichtige Angestellte. Mit





»nur« sechs Mitarbeitern braucht man sich also gar nicht erst zu bemühen. Muss man aber daran erinnern, dass es just diese »Mittelständler« unter den Architekten waren, die einmal den engeren Kreis motivierter Wettbewerber bildeten?

Internationale Wettbewerbe sind immer noch offen. Die Union Internationale des Architectes erarbeitete schon unmittelbar nach ihrer Gründung 1948 verbindliche Regeln für internationale Wettbewerbe. Sie wurden von der UNESCO anerkannt, und die UIA wurde dafür zuständig. Für den BDA waren sie Vorbild. Novellierungen waren bisher kein Thema. Zu den Essentials gehört der grundsätzlich offene Wettbewerb, ein- oder zweistufig, und als Ausnahme der Einladungswettbewerb, möglichst kleine Jurys, weil intensiver und effektiver, auch kostensparend – in Sydney gab es nur vier Juroren! –, und Auftrag für den ersten Preisträger.

Wer es wagt, für ein »Zurück zu offenen Wettbewerben« zu plädieren muss sich mit notorischer Herablassung seine Inkompetenz bescheinigen lassen – von Amtspersonen wie von diversen Architektenkollegen – mit Verlaub. Von den komplexen Zusammenhängen verstehe er offensichtlich zu wenig. Die Verhältnisse seien eben so.....« Trotz alledem, das Wettbewerbs-

wesen hat mich bisher mein Berufsleben lang beschäftigt: als Teilnehmer, als Juror und als Mitglied und Vorsitzender des Wettbewerbsausschusses.

»Was spricht gegen offene Wettbewerbe? Argument 1: Anfänger und Einzelkämpfer seien ein für den Auslober zu hohes Risiko. Kein neuer Vorbehalt und vielfach durch Exempel ad absurdum geführt. Gerade junge Architekten lassen erwarten, dass sie frisch und ungehemmt durch Routine ans Werk gehen und für innovatives gut sind. Man hüte sich vor den sogenannten Spezialisten! Unbefangenheit ist gefragt. »Was man Erfahrung gewinnt, verliert man an Naivität« so Rolf Fehlbaum.

Argument 2: Nur Großbüros würden die vom Auslober erwartete Gewähr bieten, realisierbare Wettbewerbsbeiträge zu liefern und termin- und kostensicher auszuführen. Personalquantitäten sind keine Garantie dafür. Der qualitätvolle Entwurf ist und bleibt eine individuelle Leistung. Wieder und wiedergekauft Zeug der »Unternehmer« Architekten – sollte es das sein, was von beschränkten Verfahren erwartet und begehrt wird? Ein einzelner vermag viel – sofern man ihn nur lässt. Der unspezialisierte Entwurfsarchitekt hat es noch immer verstanden, sich der für ihn eher typischen, wechselnden Anforderungen elastisch anzupassen.

Argument 3: Die Masse der zu erwartenden Teilnehmer sei nicht mehr beherrschbar. Die wachsende Zahl ist zunächst einmal ein Hinweis auf die ungebrochene Attraktivität von Wettbewerben und die damit verbundenen Hoffnungen. Internationale Wettbewerbe waren schon immer überlaufen. 100 und mehr Konkurrenten waren aber schon früher selbst bei nur regionalen Wettbewerben keine Seltenheit.

Stichwort zweiphasig oder zweistufig: Zur Bewältigung eines Überangebotes liegt hier die faire, die gerechte Lösung. Aber: »Schon kommen die Philister, fordern alles wie gehabt, nur im Maßstab 1 : 500! Zur Vorqualifikation dient eine Perspektivskizze einer Idee anhand einer straffen Zusammenfassung der wichtigsten Informationen mit Lageplan und Foto, Format DIN A4. »Man glaubt gar nicht, was man alles auf einer Seite aussagen kann! Das genügt, um die Entwicklungschancen einer Arbeit fast auf einen Blick zu erkennen.« Max Bäcker. Beim Wettbewerb in Sydney waren nur Strichzeichnungen zugelassen. und heute?« »Die superexakten, fotorealistischen Darstellungen lassen keinen Spielraum eigener Interpretation, ihr gedanklicher Freiheitsgrad ist gleich null!« Arno Lederer

Vorwärts – wir müssen zurück! Und wer nicht weiß, wohin er will, der darf sich nicht wundern, wenn er ganz woanders ankommt, würde hier Mark Twain ergänzen. Zurück also, zu den offenen Wettbewerben. »Nur sie garantieren, dass unabhängig von Freund und Feind derjenige wieder zum Zuge kommt, der durch die Qualität seines Entwurfes zum Wohl und nicht zum Wehe der gebauten Umwelt seinen Beitrag leistet in einer Konkurrenz der Besten.«

Der offene Wettbewerb ist bereits sichtbarer Ausdruck eines zutiefst demokratischen Ansinnens zur Auswahl der jeweils besten Lösung. Die Haltung, die sich der Wahrung der Chancengleichheit für alle Teilnehmer verpflichtet sieht, ist die einzige, die zweifelsfrei, glaubwürdig zu vermitteln ist. Der offene Wettbewerb ermöglicht und unterstützt immer auch die notwendige öffentliche Diskussion, zum Beispiel in einem Stadtdialog über Planungs- und Bauvorhaben und vermag derart geradezu vorbildlich den öffentlich erreichbaren Konsens zu fördern.

Es ist in diesem Zusammenhang erwiesen: Die besten Anwälte für eine identitätsstiftende, regionale Baukultur kommen natürlich zu aller erst aus der jeweils betroffenen Region. Zuvorderst gilt jedoch als Voraussetzung fachlichen Tuns und Gelingens, was Max Frisch im Vorwort der Veröffentlichung »20 Jahre deutscher Städtebaupreis 1980–2000« zum Ausdruck bringt:

»Die Stadt ist nicht die Angelegenheit der Städtebauer, sondern der Städtebewohner. Es ist nicht nur statthaft, sondern Zeitgenossenpflicht, dass sie sich zu Wort melden.« Wenn hier eine Wesensverwandschaft zur pointierten Aussage von Aristoteles anklingt, der bereits vor 2300 Jahren forderte:

»Wer an den Dingen der Stadt keine Anteil nimmt, ist nicht ein stiller Bürger, sondern ein nutzloser.« mag es uns gleichwohl tröstlich erscheinen, dass der Anthropologe und Ethnologe Marc Augè in seinem Buch »Orte und Nichtorte«, Vorüberlegungen zu einer Ethnologie der Einsamkeit feststellt: »Wir leben in einer Welt, die zu erkunden wir noch nicht gelernt haben.«

ASPEKT 1

Plätze – Was bringt die Gestaltung des öffentlichen Raums der Innenstadt?

NEUE ANKERPUNKTE AN NACHKRIEGSSCHAUPLÄTZEN. BEISPIELE »LANGE LAUBE« UND »STEINTORPLATZ« IN HANNOVER

Oliver Witan, netzwerkarchitekten, Darmstadt



Realisierungswettbewerb Lange Laube, Herbst 2007

Die »Lange Laube« wird ausgehend von der Planung des Hofbaumeisters Laves als Teilstück einer klassizistischen Achse durch eine neue Doppelreihe Bäume gestärkt. Diese Allee verläuft geradlinig und verbindet die Innenstadt mit der westlichen Vorstadt Richtung Herrenhausen. Durch die Achse und die unregelmäßige Bebauungskante entsteht ein variierendes Bürgersteigprofil. Die Gehwege werden zu repräsentativen Promenaden

und laden zum Flanieren ein. Neben Außengastronomie können hier viele Sondernutzungen stattfinden, die den öffentlichen Raum beleben.

Die Betonung der Straße als gerades Band beinhaltet eine an der Achse gespiegelte Aufteilung des öffentlichen Raumes mit einer mittig liegenden Fahrbahn und einem jeweils angrenzenden, durch Bäume gegliederten, Multifunktionsstreifen. Dieser wird alternativ als Parkstreifen für Pkw und Fahrräder, als Ladezone oder als mit Bänken bestückte Aufenthaltsfläche genutzt. Durch neue Ausrichtung der Langen Laube als »Fahrradstraße« wird zudem der für den Fußgänger nutzbare Straßenquerschnitt erheblich vergrößert, da keine separaten Fahrradwege ausgebildet werden müssen. Es wird Raum geschaffen für ein Klima der Offenheit und kulturellen Vielfalt.

Der Antritt zur Langen Laube wird auf dem Steintorplatz gebildet. Hier treffen die Baumallee der Georgstraße und die neue Baumallee der Langen Laube aufeinander. In diesem Bereich wird das Gelände angezogen. Der Höhenversatz zur Münzstraße wird zurückgebaut und es entsteht eine großzügige Aufstellfläche für Fußgänger und Fahrradfahrer. Im Bereich der Stadtbahn wird die Aufstellfläche ebenfalls vergrößert und neu strukturiert. Der Radverkehr wird zusammen mit dem Kfz-Verkehr in einer gemeinsamen Fahrgasse geführt und die Kreuzungspunkte im Material des Multifunktionsstreifens gepflastert. Vor dem Allianzgebäude entsteht ein mit Bäumen überstandener Platz. Der Fahrradverkehr, die Fußgänger und die Allee werden geradlinig über die Otto-Brenner-Straße weitergeführt. Über die modellierte Vorfläche des Neustädter Friedhofes verläuft der Weg, vorbei an den Kunstwerken von Eugène Dodeigne, zum Königsworther Platz.



Die Lange Laube fügt sich in das übergeordnete Stadtgefüge ein, unterstreicht jedoch ihre Eigenständigkeit durch Material und Ausstattung. Vor allem die Bäume lassen den Ort seine Besonderheit zurückgewinnen. Ausgewählt wurden die bereits am Neustädter Friedhof vorkommenden »Sophoa japonica« oder auch Perlschnurbäume, wertvolle Straßen- und Alleebäume. Diese werden eine atmosphärisch herausragende Aufenthaltsqualität für die Lange Laube bieten und in überfahrbare Unterflurroste mit durchgehendem Wurzelgraben gepflanzt. Als ortsspezifischer Belag wird für den Multifunktionsstreifen, die Aufpflasterungen und den Traufstreifen ein anthrazitfarbenes Klinkerpflaster mit ungleichmäßigem Brand vorgeschlagen. Die Klinker werden quer zur Langen Laube im Format 5 x 20 cm verlegt. Der Gehweg wird mit Betonplatten mit Natursteinvorsatz im gemischten Reihenverband verlegt. Als weitere Ausstattungselemente im Multifunktionsstreifen sind Fahrradständer, Bänke, Lampen und Papierkörbe angeordnet.

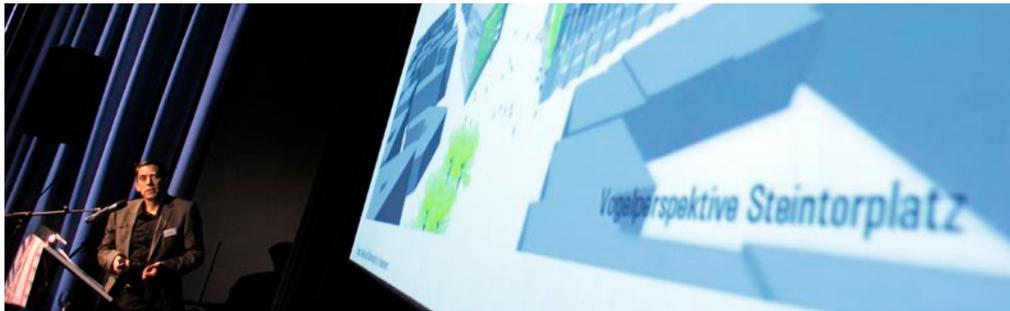
Das Beleuchtungskonzept sieht eine homogene Ausleuchtung mit einem Lichtwert von 30 Lux als Beleuchtungsbasis vor. Die Grundbeleuchtung wird durch eine versetzt angeordnete, vom Design zurückhaltende Straßenbeleuchtung gewährleistet. Weitere Differenzierungen und Akzentuierungen werden durch sekundäre Beleuchtungselemente erreicht.

Die Empfehlungen der Auslobung zur Verkehrsführung in der Langen Laube (für Kfz Einrichtungsverkehr im Abschnitt Münzstraße – Stiftsstraße, ansonsten Zweirichtungsverkehr; Radverkehr durchgehend in beide Richtungen) werden aufgegriffen. Die großzügig dimensionierten Gehwege

bieten Platz für Geschäftsauslagen und Außengastronomie. Die Ladezonen sind temporär begrenzt und können außerhalb dieser Zeiten zum Parken genutzt werden. Dieses Prinzip ermöglicht ein hohes Maß an Flexibilität. Je nach Bedarf können die einzelnen Nutzungen im Seitenstreifen angepasst, erweitert oder eingeschränkt werden. Die Schnittpunkte mit den in die Lange Laube einmündenden Straßen sind als Pflasterflächen ausgebildet, die die Aufmerksamkeit für alle Verkehrsteilnehmer erhöhen. Mobilitätseingeschränkten Menschen geben die Pflasterbänder Orientierung. Am Übergang zum Steintor entstehen großzügige Querungsangebote für den Fuß- und Radverkehr.

Ideenwettbewerb Steintorplatz, Herbst 2007

Der Steintorplatz stellt zwischen dem Zentrum und der großen Allee der Herrenhäuser Gärten einen wichtigen Etappenpunkt dar. Mit der Entwicklung eines nachverdichteten Subzentrums wird eine neue Identität mit hohen Aufenthaltsqualitäten geschaffen. Die axiale Wegebeziehung erhält durch die Ausbildung zweier lateraler Hochpunkte eine Torsituation, die einen Kernbereich für das neue Medienviertel, den Übergang über die Münzstraße sowie den Auftakt für die Lange Laube markiert. Das alternierende Aufweiten und sich Verjüngen des Bürgersteigs im Verlauf der Langen Laube wird durch Verschwenken des nördlichen Baukörpers auf dem Steintorplatz aufgenommen. Dies schafft zwischen den beiden kommunizierenden Fassaden der Büro- und Geschäftsbauten und in der Folge auch nördlich des U-Bahnzuganges in der Georgstraße einen attraktiven Außenbereich



mit Südsonne. In ihrer Körnigkeit muss die Bebauung den Spagat zwischen bestehender urbaner Textur und den Forderungen nach Effizienz leisten. Wichtige Bauten in unmittelbarer Nähe (z. B. Anzeiger Hochhaus, Gehry-Hochhaus) dienen als Anhaltspunkte für die Maßstäblichkeit der empfohlenen Hochpunkte. Eine Aufstockung oder komplette Neubebauung auf den beiden Feldern welche derzeit den Platz fassen, ist in Anbetracht der bestehenden Eigentumsverhältnisse unabhängig von allen Maßnahmen möglich.

Überarbeitung Ideenwettbewerb Steintorplatz, Frühjahr 2008

Für die Überarbeitung des Ideenteils wird die städtebauliche Grundrissfigur im Wesentlichen übernommen. Das Volumen wurde jedoch ohne Ausbildung von Hochpunkten vorgeschlagen und im Sinne eines klassischen Stadtblocks entwickelt. Grundlage hierfür war die Formulierung einer räumlich-gestalterischen Idee, die auch Strahlkraft für den architektonischen Maßstab entwickelt: Die Gesamtfigur ist als Stadtbaustein gedacht, der an seinen Rändern den maximal möglichen Raum besetzt. Diese Figur wird in seiner Mitte »aufgeschnitten«, sodass ein Platz – der neue Steintorplatz – entsteht. Die Schnittflächen am Platz sind »glatte« und transparente Flächen, die den öffentlichen Blick bis in die Tiefe der Gebäudestruktur erlauben. Die Blockaußenseiten sind hingegen im Kontrast »rau« belassen und zeigen eine ein- bis zweigeschossige Schichtung. Das Gesamtbild ähnelt einem rohen Steinblock der in einem Sägewerk entzwei geschnitten wurde. An dieser spannungsreichen Schnittstelle wird das Bild einer Stadtloggia

etabliert. An der Platzfassade des nördlichen Blocks wird eine »vertikale Einkaufswelt« bis zum Obergeschoss entwickelt. Mit der Zusammenfassung von jeweils zwei Geschossen gelangen die Besucher mittels Fahrtreppen bis in die oberen Geschossebenen. Über interne Treppen sind die einzelnen Etagen miteinander verbunden, sodass auch ein konventionelles nach unten flanieren möglich ist. Im Erdgeschoss und 1. Obergeschoss werden kommerzielle Nutzungen vorgeschlagen. An den Gebäudekanten öffnen sich zwei repräsentative Eingangsbereiche, die den Zugang zu den Büroetagen in den Obergeschossen gewährleisten. Der südliche Block ist mit einem verglasten Lichthof versehen, der bis zum Erdgeschoss reicht. Hier können gastronomische Angebote eingerichtet werden. Die restliche Gebäude- und Nutzungsstruktur ist entsprechend dem nördlichen Block ausgebildet. Beide Gebäude sind mit Tiefgaragen unterkellert, die gleichzeitig die optionale Realisierung der U-Bahnlinie D gewährleisten.

Mit der dargestellten Ausbildung der Bebauung sollen die möglichen Entwicklungspotenziale am Steintorplatz in Hannover aufgezeigt werden. Hierbei steht die Etablierung eines »Kraftfeldes« zwischen den Hauptfassaden der Stadtloggien. Eine eindeutige städtebauliche Figur funktioniert umso besser, wenn integrativ eine architektonische Strahlkraft mitentwickelt wird. Dies gilt, wie im vorliegenden Fall, im Besonderen für das Zusammenwirken von Architektur und Kommerz.



ASPEKT 1

Plätze – Was bringt die Gestaltung des öffentlichen Raums der Innenstadt?

AUFWERTUNG DER CITYRÄNDER. BEISPIEL »KAUFHAUS AM BRILL« IN BREMEN

Armand Grüntuch, Grüntuch Ernst Architekten, Berlin



Kaufhalle am Brill in Bremen

Die Kaufhalle am Brill liegt an einem der prominentesten und wichtigsten Orte Bremens. Sie bildet den Auftakt der Fußgängerzone an einem zentralen Verkehrsknotenpunkt der Stadt. Die Umgestaltung dieses bedeutenden Stadtbausteins zielt auf die Belebung des öffentlichen Stadtraumes durch gebaute Kommunikationsangebote. Eine neue Hülle fasst die unterschiedlichen Nutzungen des Bauwerks in einem markanten Volumen zusammen. Durch verschiedenartige Fassadensysteme bleiben die Nutzungen zugleich ablesbar und strukturieren den Baukörper. Weithin sichtbar ist der Glaskörper des Wintergartens – Schaufenster der Aktivitäten im Gebäude und Aussichtsplateau – der dem Gebäude eine neue und unver-

wechselbare Identität verleiht. Zentrale Erschließung ist eine durch das Gebäude hindurchführende zweigeschossige Passage zwischen Hutfilter- und Martinistraße. Über Rolltreppen erreicht man schnell die Geschäftsflächen des Untergeschosses und 1. Obergeschosses sowie die Kantine im 2. Obergeschoss. Die Einzelhandelsflächen können auf diese Weise gut voneinander getrennt genutzt, aber auch zusammengelegt werden.

Die Kantine entwickelt sich über zwei Geschosse. Eine Freitreppe entlang der Fassade verbindet diese miteinander. Über den außen liegenden Teil dieser Freitreppe erreicht man den großen Wintergarten – das Fenster zur Stadt. Dieser dreigeschossige Wintergarten ist das Zentrum des Gebäudes. Die an der Fassade ablesbare Verbindung zur Passage verknüpft ihn mit dem öffentlichen Raum. Durch diese einladende Geste entsteht ein öffentlicher Ort in der Beletage des Stadtraumes. Eine Oase inmitten der Stadt, die als Außenterrasse für die Cafeteria und Aufenthaltsraum der Mitarbeiter des Gebäudes genutzt wird.

Im 4. bis 6. Obergeschoss befinden sich Büroflächen, deren Hauptzugang an der Martinistraße liegt. Das 5. und 6. Obergeschoss wird mit einer großzügigen internen Freitreppe zu einer Einheit zusammengefasst. Das 6. Obergeschoss ist als Staffelgeschoss im Sinne eines Dachgeschosses mit einer um 1/3 reduzierten Grundfläche ausgebildet. Ein innen liegender Patio und Terrassen dienen als großzügiger Freiraum und schaffen besonders qualitätvolle Arbeitsbereiche.

Im Erdgeschoss und im 1. OG bieten große umlaufende Schaufenster den Nutzern der Einzelhandelsflächen ein hohes Maß an Darstellungsmög-

lichkeiten. Die großzügige Verglasung artikuliert gut sichtbar den öffentlichen Nutzungsbereich des Gebäudes. Die Passage und das »Fenster zur Stadt« werden als wettergeschützter Außenraum mit einer großflächig verglasten Fassade mit maximaler Transparenz umhüllt. Die Bürofassaden bieten als hochwertige Kasten-Doppelfassade bei vergleichsweise geringer Fenstertiefe ein Höchstmaß an thermischer und akustischer Leistungsfähigkeit. Vertikale Sonnenschutzlamellen regulieren den Lichteinfall der Büros.

Breite Straße/Beckergrube in Lübeck

Das neue Geschäftshaus an der Ecke Breite Straße/Beckergrube bildet einen prominenten Höhepunkt der Fußgängerzone in der Lübecker Altstadt, welche seit Jahrhunderten von einer Vielzahl großer historischer Giebelhäuser geprägt ist. Selbst die meisten Kirchenbauten zeichnen sich durch die Addition und Durchdringung mehrerer großer Giebel aus. Das skulpturale Volumen des Geschäftshauses greift dieses Thema selbstbewusst auf und überführt es in eine zeitgenössische Interpretation.

Die vorhandenen Giebel der angrenzenden Brandwände werden von dem in Dreiecksflächen aufgelösten neuen Dach aufgenommen. Über die zurückspringende Gebäudecke formen sich auf diese Weise zwei »gefaltete« Giebel, die einen expressiven Endpunkt der Fassaden sowohl von der Breiten Straße als auch von der Beckergrube bilden. Eine einheitliche Verkleidung umspannt das Gebäudevolumen und ermöglicht ein homogenes Erscheinungsbild der Wand- und Dachflächen, wodurch die skulpturale Kraft des Baukörpers gestärkt wird.

In die Gebäudehülle sind große Öffnungen eingeschnitten. Sie bilden in den unteren Geschossen Schaufensterfelder, in die auch die Zugänge der Geschäfte integriert sind. In den oberen Etagen dienen sie als Fenster zur Belichtung der Nebenflächen oder als prominente Schaufenster für besondere Exponate. Den Besuchern der Geschäfte bieten sich aus dem Inneren des Gebäudes großzügige Ausblicke in die angrenzenden Straßen.

Neubau eines Einkaufszentrums in der Leipziger Innenstadt

Die Höfe am Brühl, ein Einkaufszentrum kombiniert mit kulturellen Einrichtungen und innerstädtischem Wohnraum, bilden einen der wichtigsten Stadtbausteine Leipzigs. Die Entwicklung dieses Areals bietet die Chance, der Nordgrenze der Leipziger Altstadt einen neuen, urbanen Charakter zu verleihen, der an die historische Dichte anknüpft. Zur Gestaltung dieses wichtigen Innenstadtgrundstücks wurde 2007 vom Investor ein Realisierungswettbewerb unter Vorsitz des Architekten Carl Fingerhuth ausgeschrieben, aus dem der Entwurf von Grüntuch Ernst als Sieger hervorging. Indem das große Gebäudevolumen in eine Vielzahl von Einzelvolumen unterschiedlicher Höhe aufgebrochen wird, entsteht ein System von urbanen Räumen, das die heterogenen Stadtbereiche der Umgebung verknüpft und den Stadtraum mit einer differenzierten Maßstäblichkeit zu neuen Qualitäten verbindet. Das denkmalgeschützte Kaufhaus, die »Blechbüchse«, bildet den Kopfbau dieses Ensembles.

Das Einkaufszentrum erstreckt sich über insgesamt drei Geschosse, die über Rolltreppen und Kundenaufzüge miteinander verbunden sind. In





Wettbewerb 2005, 1. Preis, Auslober: BRILLissimo Grundstücksgesellschaft mbH, Bremen

Realisierungswettbewerb 2007, 1. Preis Fertigstellung 2008

Realisierungswettbewerb 2007, 1. Preis, Fertigstellung 2010, Bauherr: mfi Management für Immobilien AG, Essen

den drei Geschossen darüber befinden sich Parkgeschosse. Das vierte und fünfte Obergeschoss ist einer hochwertigen Wohnnutzung sowie Sondernutzungen wie einer Kindertagesstätte gewidmet.

Die Passage des Einkaufszentrums zeichnet sich durch eine unkonventionelle Höhe von 20 Metern aus. Die inneren Erschließungswege im Obergeschoss sind teilweise als Einschnitte in den Baukörpern, teilweise als eingehängte Zwischenebenen ausgebildet. Das transparente Glasdach liegt zwischen den Gebäuden auf Höhe der Wohngeschosse. Dadurch entsteht der Charakter einer überdachten Straße, die durch Plätze aufgelockert wird. Ebenso wie im Straßenraum werden die Gebäude in ablesbare Einheiten untergliedert.

Die insgesamt 66 Wohnungen mit Größen zwischen 50 und 250 qm sind vom Charakter vergleichbar mit freistehenden Einfamilienhäusern. Alle Wohnungen besitzen einen geschützten Gartenhof, die Erschließung erfolgt über ein offenes Deck im vierten Obergeschoss mit dem Charakter einer Privatstraße. So entstehen auf dem Dach des Einkaufszentrums inmitten der Innenstadt Leipzigs Wohnungen mit einem fast dörflichen Charakter.

Der Großteil der Gebäude besitzt eine nichttragende, elementierte Metall-Glas-Fassade mit einer Bedruckung. Je nach der dahinter liegenden Funktion kann der Bedruckungsgrad und Öffnungsanteil der Fassade variieren. Die künstlerische Fassadengestaltung wird in enger Zusammenarbeit mit dem Berliner Künstler Folke Hanfeld entwickelt. Die Fassade der Blechbüchse bildet in diesem Ensemble die Ausnahme: Sie bleibt vollständig erhalten.

Bei der haustechnischen Anlagenkonzeption wird besonderes Augenmerk auf geringe Investitions- und Betriebskosten sowie eine ökologisch, wirtschaftlich und technisch optimierte Lösung im Zusammenspiel mit der architektonischen Gestaltung gelegt. So ergibt sich eine Gebäudekonzeption, die für die einzelnen Nutzungsarten hohe Ansprüche an die Nachhaltigkeit und geringen Energieeinsatz bei gleichzeitig flexibler Nutzung erfüllt. Durch die Gebäudehülle und ergänzende Maßnahmen der Gebäudetechnik wird ein hoher passiver Wärmeschutzstandard erreicht und gleichzeitig der erforderliche Aufwand für die Raumluftechnik reduziert. Raumluftechnische Anlagen können so auf die Zufuhr des notwendigen Außenluftwechsels reduziert werden. Die aufgrund der Nutzungsanforderungen trotzdem notwendige Raumkühlung bzw. bereichsweise Klimatisierung des Gebäudes sowie der damit verbundene Energieverbrauch werden auf diese Weise so gering wie möglich gehalten.



Globale und regionale Identität

Unsere Gesellschaft und Kultur ist durch den Handel und den damit verbundenen Austausch von kulturellen Gütern und kommerziellen Waren geprägt. Orte des Handels bestimmen bis heute den lebendigen und vielschichtigen Charakter unserer Städte. Quirlige Marktplätze und Markthallen, elegante Flaniermeilen und mondäne Passagen sowie die großen Warenhäuser sind zu urbanen Impulsgebern in den Metropolen der Welt geworden. Heute sind durch die zunehmende internationale Vernetzung prinzipiell alle Waren an jedem Ort und jederzeit verfügbar. Das Internet hat inzwischen eine globale Reichweite und sorgt für eine nahezu simultane Nivellierung von Avantgarde und Mainstream. So kann die Vielfalt des Handels fast überall erlebt werden und das Angebot an Gütern aller Art kennt im wahrsten Sinne des Wortes keine Grenzen mehr. Mit der Bewegung von Produkten wird aber auch stets ein Stück Lebensgefühl und Markenimage transportiert und verbreitet. Der Reiz des regional verschiedenen Einkaufserlebnisses tritt immer mehr gegenüber einem internationalen Standard in den Hintergrund. Die Einkaufsmeilen in den Innenstädten und die Einkaufszentren in der Peripherie werden durch die Wiederholung von Gebäude- und Raumkonzepten, die auf dem Prinzip der Wiedererkennung basieren, immer ähnlicher. Aber nur eigenständige Orte und Räume, die Identität stiften, Spannung erzeugen und eine Geschichte verkörpern, sind ein Stück Urbanität und bleiben auch im Nachhinein in guter Erinnerung. Der französische Ethnologe und Anthropologe Marc Augé, fasst diese Aspekte in seiner Theorie der Orte und Nicht-Orte (non-lieux) zusammen: »Orte und Räume

werden durch Identität, Relation und Geschichte gekennzeichnet. Ebenso definiert ein Raum, der keine Identität besitzt und sich weder als relational noch als historisch bezeichnen lässt, einen Nicht-Ort. Heutzutage werden allzu häufig Nicht-Orte hervorgebracht...«

Authentisch oder Autistisch

Qualitätvolle Architektur bietet den Kunden und Unternehmen als Bauherren immer dann einen Mehrwert wenn es gelingt eine wirklich gute und authentische Adresse zu schaffen. Für Unternehmen bedeutet Authentizität, dass die unternehmerische Handlungsweise nicht durch externe Einflüsse bestimmt ist, sondern die eigenen Wertmaßstäbe widerspiegelt. Diese Maßstäbe werden ebenso an das Handeln des Unternehmens als Ganzes, wie an den Inhalt und die Art der Kommunikation nach außen und innen gesetzt. Ohne Kommunikation kann Architektur nicht entstehen und ohne Architektur fehlen zahlreiche Kommunikationsmöglichkeiten. Bei der räumlichen Kommunikation geht es aber nicht darum Unternehmen und deren Marken so aussehen zu lassen, als würden sie authentisch agieren. Eine »inszenierte« Authentizität wird schnell unglaubwürdig, wenn die Öffentlichkeit feststellt, dass ein Unternehmen in sensiblen Bereichen nicht so handelt, wie es nach außen verspricht. Es ist eine Herausforderung für Unternehmer und Architekten, das einzigartige Profil und die Philosophie einer Marke räumlich umzusetzen. Dabei geht es um mehr als die Bereitstellung einer optimalen technischen Infrastruktur. Es geht darum, innerhalb der gebauten Realitäten einen Markenkern zu verankern, der Aspekte



Foto: Lukas Schaller Foto: FREITAG lab. Ag

Foto: Günter R. Wett

wie Emotionen und Begeisterung transportieren kann. Die bisher gültigen Standards im Spannungsfeld von Architektur und Marketing können durchaus in Frage gestellt werden. Die Identität des Einzelnen und seiner Lebensumstände wird durch neue lokale und globale Einflüsse stetig beeinflusst. Brüche, Störungen, Unschärfe und Diffusität sind an der Tagesordnung. Vielleicht wäre es interessant, diese Aspekte in Zukunft stärker in der Markenkommunikation zu berücksichtigen. Das Postulat der Einzigartigkeit soll aber nicht als Freibrief für Beliebigkeit verstanden werden. Voraussetzung für eine überzeugende Transformation von Markeninhalten in Architektur ist immer eine fundierte inhaltliche Positionierung. Diese lässt sich aber nicht verordnen, sondern kann nur in einem prozesshaften, offenen und (selbst-) kritischen Dialog aller Beteiligten gefunden werden.

MehrWert Architektur

Mit der Seminarreihe »MehrWert Architektur« der Architektenkammer Niedersachsen, die ich mit Fachvorträgen begleite, werden gezielt mittelständische Unternehmer als Bauherren angesprochen. Architektur bietet für Unternehmen eine exzellente Möglichkeit Eigenständigkeit zu zeigen, um sich gegenüber den Mitbewerbern abzugrenzen. Gerade im Handel stehen ökonomische Fragestellungen aber meist vor architektonischen Argumenten. Es ist ein Anliegen, hier darauf hinzuweisen, dass eine qualitätvolle und sorgfältig auf das Unternehmen abgestimmte Architektur keineswegs teurer ist als eine vermeintlich billige Standardlösung. So können bei Bauten für Vertrieb und Verkauf bereits im Vorfeld der Planung Qualitäts- und

Gestaltungsstandards definiert werden, die Aspekte der unternehmerischen Haltung kommunizieren. Eine gute Möglichkeit ist es beispielsweise innovative Nutzungskonzepte zu erstellen, die neben reinen Verkaufsflächen auch öffentliche Nutzungen und Wohnen anbieten. Durch den verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen, wie zum Beispiel durch die Berücksichtigung von »Green Building Standards« kann auf ein besonderes Umweltbewusstsein in Relation zur Produktpalette hingewiesen werden. Durch die Nutzung von Tageslicht und natürlicher Belüftung wird ein angenehmes Raumklima in den (oft künstlichen und hermetisch abgeschlossenen) Konsumwelten geschaffen. Eine respektvolle Integration von großen Bauvolumen für den Handel in gewachsene Innenstadtlagen schafft schließlich Akzeptanz bei der Bevölkerung und nicht zuletzt auch bei den verantwortlichen Genehmigungsbehörden. Bauten, die durch ein aufgesetztes »Branding« ausschließlich auf einen Nutzer zugeschnitten sind, müssen bei einer Nachnutzung oftmals mit erheblichem Aufwand »neutralisiert« werden. Eine vorausschauende Planung mit flexiblen Konzepten, die auf dynamische Veränderungsprozesse eingehen können, schlägt sich in den langfristigen Betriebskosten positiv nieder. Die aufgeschlossene Grundhaltung zu einer eigenständigen und manchmal visionären Architektur hat sich auch unter Marketingaspekten immer langfristig als Mehrwert erwiesen. Neue Konzepte, die sehr genau auf das urbane Umfeld und die regionalen Herausforderungen eingehen, sind die Antwort auf die zunehmende Uniformität unserer Städte und Gewerbegebiete. Eine strategisch angelegte Corporate Architecture sollte in **diesem räumlichen Kontext nicht nur zum kommerziellen Erfolg beitragen, sondern auch die öffentliche Verantwortung von Bauherren im Sinne einer Corporate Citizenship widerspiegeln.**

ASPEKT 2

Handel – Was kann der Handel mit guter Architektur erreichen?

URBANE ZENTRALITÄT UND EINZELHANDEL

Prof. Dr. Dieter Hassenpflug, Bauhaus-Universität Weimar



Es gibt drei herausragende Definitionen von »Stadt«. Die erste bedeutsame Stadtdefinition nennt Stadt« eine Schöpfung und zugleich eine Schöpferin von »Zivilisation«. Man spricht auch von der Stadt als einer »Zivilisationsmaschine«. Die zweite Definition ist genuin soziologisch und sollte Georg Simmel zugeschrieben werden. Er definiert »Stadt« als »Anwesenheit des Anderen und Fremden«. In dieser Definition reflektiert sich das Wissen um den engen Zusammenhang von Stadt und (Fern)Handel. Louis Wirth, ein Schüler Simmels, brachte in den zwanziger Jahren des 20. Jahrhunderts den Gedanken seines Lehrers unter dem Begriff »Heterogenität« in die Stadtdefinition der »Chicagoer Schule« ein (Wirth 1974). Hier ergänzten seine Kollegen Ernest Burgess und Robert Park ihre Definition um das Wort »Zen-

tralität« (Park 1928). Städte seien Städte, weil sie ein Zentrum (oder ein Superzentrum) aufweisen. Zentren verleihen Städten Form und Kohärenz, machen sie lesbar und unterscheidbar. Im der gegenwärtigen Urbanistik spielt der Begriff urbaner Zentralität eine wichtige Rolle. So betrachtet der Stadtplaner Stephen Wheeler Zentralität als eine von fünf herausragenden Eigenschaften von städtischer Nachhaltigkeit. Nimmt man das verwandte Merkmal »Kompaktheit«, das auf die Verringerung des Landschaftsverbrauchs zielt, auf die Verkürzung der Wege und die Effizienz der Infrastruktur, dann unterstreicht dies die Bedeutung von Zentralität im Nachhaltigkeitsdiskurs (Wheeler 2004).

Handel und Zentrum

Stadt und Zentrum gehörten wohl immer schon zusammen. Was allerdings aus den Superstrukturen der Tempelpaläste früher Reiche die ersten protostädtischen Räume entstehen ließ, war das Hervortreten des Handels aus der Unmittelbarkeit von Schenken und Rauben – auch dann, wenn der Handel sich zunächst noch nicht auf Münzgeld, Noten und freie Märkte stützen konnte. Schon früh jedoch entstanden die ersten Märkte eines organisierten Palasthandels in Zentrumsnähe. Erstmals um etwa 800 vor unserer Zeit bilden im Südosten des Okzidents Oberhäupter von Familien- und Dorfgemeinschaften religiöse Schwurverbände zur Vermeidung monarchischer Herrschaftsformen. Max Weber bezeichnet dieses »Zusammensiedeln« von bäuerlichen Grundherren als »Synoikismos«. Anstatt eines Tempelpalastes entsteht ein völlig neuartiger Raum, die Agora, der Urort europäischer ur-

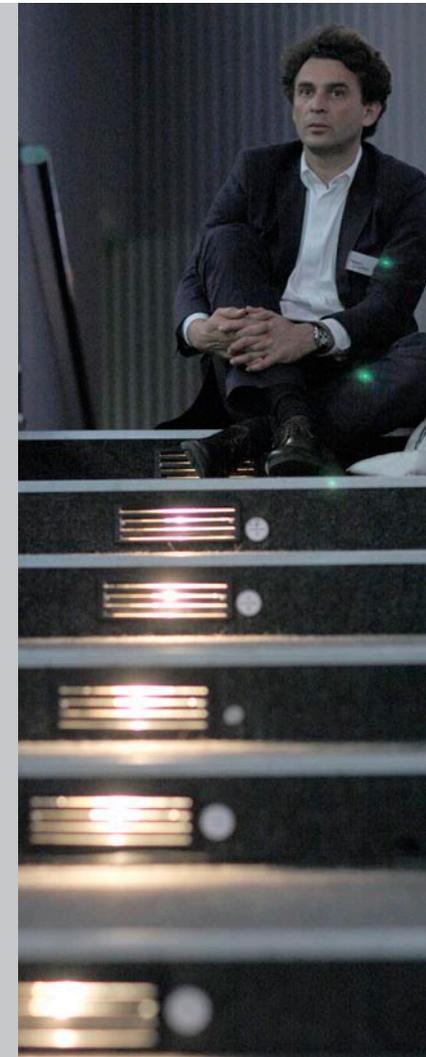
baner Zentralität. Vor allem ist die Agora Ort des Handels. Zwar ist sie noch ein Marktplatz, unter Vorbehalt doch rückt mit ihr der Handel endgültig in das Zentrum der antiken Proto-Städte.

Im ersten Jahrtausend unserer Zeit beginnt sich das Städtewesen in Europa wieder aufzurichten. Subjekt dieser städtischen Reanimierung sind »echte« bzw. »isotopische« Stadtbewohner, d.h. Akteure, die in Ermangelung agrarischer Subsistenz existentiell auf Handel angewiesen sind. Zunächst sind es Fernhändler, darunter auch Juden, dann ihnen folgend lokale Händler und Handwerker, deren bürgerlicher Synoikismos Markgenossenschaften in Marktgenossenschaften, Stapelplätze, Bischofsburgen (Civitates) und weltliche Burgen in Städte transformieren. Noch heute bewahrt das Wort »Bürger« die Erinnerung an diejenigen, »die an der Burg siedeln«. Mit dem Synoikismos der Händler und Handwerker rückt der Marktplatz – und in seiner Folge die Kirche (Kathedrale) und das Rathaus – in das Zentrum der europäischen Stadt. Dieses Zentrum ist in einen kleinräumigen, hochverdichteten, funktionsgemischten, durch gebogene Straßen und parzellierte Blockrandbebauung charakterisierten Kontext integriert. Besonders hervorzuheben ist jedoch die Bedeutung der dekorierten Fassaden, welche dem zentralen Marktplatz ebenso wie den übrigen Plätzen und Straßen einen bühnenartig inszenierten Charakter verleihen. Diese altbürgerliche Extraversion macht die europäische Stadt weltweit einzigartig. Während im Rest der Welt – vom europäisch geprägten amerikanischen Kontinent abgesehen – die introverse Raumkultur der Familien- und Nachbarschaftshöfe bestimmend ist bildet der extraverse Fassadenkult das wichtigste und

bis in die Gegenwart hinein prägende Alleinstellungsmerkmal der europäischen Stadt.

Im 19. Jahrhundert wird das altbürgerliche Zentrum durch die Hinzufügung von Institutionen der weltlichen Kultur wie Theater, Museen, Konzerthallen, Büchereien etc. zur bürgerlichen Stadtkrone fortentwickelt. Die Eisenbahn als erstes modernes Massenverkehrsmittel mit ihren Kopfbahnhöfen in Zentrumsnähe und die Kaufhäuser als neuartige Marktorte sorgen dafür, dass dieses Jahrhundert zum »goldenen Zeitalter« urbaner Zentralität werden konnte. Der Einzelhandel spielt dabei als Säule urbaner Zentralität eine Schlüsselrolle. Dem Kaufhaus waren die in Paris zuerst um 1820 auftretenden Passagen vorausgegangen. Die Dachkonstruktionen dieser »geschlossenen Straßen« zählen zu den frühesten Zeugnissen der Ingenieursarchitektur überhaupt. Es sind architektonische Vorboten der Moderne. Wie Walter Benjamin, der Philosoph der Passagen, ausführt, bewirkt die unvergleichliche Magie, die von der in den Passagen verwirklichten Durchdringung von Innen- und Außenraum ausgeht, eine Fülle von städtischen Innovationen. (Benjamin...). Zu diesen Innovationen zählt z.B. die städtische Straßenbeleuchtung, die von den Arkaden aus ihren Siegeszug durch die Straßen europäischer Großstädte antritt.

Der funktionalistische Städtebau, der sich entlang der Bemühungen entwickelt, die industrielle Großstadt hygienischer, sozialer, funktionstüchtiger und lebbarer zu gestalten, bewirkt eine allgemeine Schwächung der Idee urbaner Zentralität. So kann es kaum überraschen, dass die von der CIAM 1933 herausgebrachte »Charta von Athen« weder einen Hinweis auf



städtische Zentralität noch auf die Handelsfunktion der Stadt enthält. Im Blick der Raumansprüche einer fortgeschrittenen Industriegesellschaft erscheinen die alteuropäischen Stadtzentren als zu eng und zu langsam. Insbesondere in Deutschland, wo die Bomben des II. Weltkrieges zahlreiche Stadtzentren in Schutt und Asche gelegt hatten, wird der notwendige Wiederaufbau als Chance einer funktionalistischen Restrukturierung gesehen. So lässt sich an vielen seiner Großstädte besonders gut studieren, wie raumfunktionale Spezialisierung (Zonierung) die innerstädtische Vielfalt schwächt, wie der neue, orientierte Zeilenbau den Fassadenkult und damit die Inszenierung kommerziell geprägter Räume beendet, wie die Freiraumphilosophie des ‚Abstandsgrüns‘ die Kultur des öffentlichen Raums ignoriert, wie die Praxis des sozialen Siedlungsbaus Trabantsiedlungen entstehen lässt, die ‚urbane Dörfer‘ zu nennen noch als Euphemismus gelten darf.

Und der innerstädtische Einzelhandel? In den Innenstädten formiert sich dieser zu so genannten Fußgängerzonen, welche sich als Bindeglied zwischen raumfunktionaler Spezialisierung und (verbliebener) altbürgerlichen Innenstadt verstehen lassen. Die Fußgängerzone als Hybrid von alter und neuer Stadt hat im gegenwärtigen Zeitalter des reflexiven, Tradition und Moderne versöhnenden Städtebaus einen großen Anteil an dem Erfolg der Bemühungen um eine zeitgemäße ästhetische, funktionale und zeichenhafte Aufwertung der Innenstädte. Sie liefern einen wertvollen Anknüpfungspunkt für die Bemühungen um die Wiederaufrichtung und Wiederbelebung öffentlicher Räume, für die Rekonstruktion eines funktional

vielfältigen und gemischten Raums, kurz: bei der Wiederaneignung des Zentrums als Erlebnis- und Identifikationsraum.

Einkaufszentrum und Fußgängerzone

In den Staaten erschien die Mall bzw. das »Shopping Center« als ein städtebaulicher Ansatz, um den Einfamilienhaus-Steppen des »urban sprawl« ein wenig urbane Zentralität zu geben. In Europa treffen die großen Einkaufszentren jedoch auf kompakte städtische Räume, in deren Zentren der Einzelhandel, wenngleich durch die Konkurrenz auf der »grünen Wiese« geschwächt und durch das Erbe des funktionalistischen Städtebaus in seiner urbanen Präsentation verarmt, immer noch eine überragende Rolle spielt. Im Zentrum der europäischen Stadt kann das »Shopping Center« zum gefürchteten Konkurrenten der offenen Fußgängerzone werden – oder aber zu einer willkommenen innerstädtischen Ergänzung, die zur Entfaltung synergetischer Beziehungen auffordert. Hier nun zeigt sich, dass in mancherlei Hinsicht für die Fußgängerzonen ganz ähnliche Regeln gelten wie für die Shopping Center. Als synthetische Stadtzentren organisieren und stabilisieren letztere Kundenfrequenzen durch eine effektive räumliche Anordnung von großen Kaufhäusern und kleinen Läden, durch eine schlüssige Abfolge von Platzerweiterungen und »Einkaufsstraßen«, durch sinnvolle Mischung von Funktionen und – nicht zu vergessen – durch die Schaffung von urbanen Atmosphären (nicht zuletzt durch ästhetische Anleihen bei der extraversen Inszenierung der alteuropäischen Stadt). Insbesondere die Organisation und Stabilisierung von Frequenz durch eine sinnvolle



Plazierung von Attraktoren und Ankergeschäften ist nicht nur für Shopping Center, sondern auch für offene Fußgängerzonen bedeutungsvoll.

Ein neues Shopping Center, obschon nach innen eine komplexe urbane Struktur, wirkt im Innenstadtgefüge wie ein Attraktor bzw. ein Anker. Die Standortwahl ist daher alles andere als beliebig, denn sie hat enorme Auswirkungen auf die vorhandenen Frequenzen und deren Verläufe. Wie es nicht gehen kann, mag ein beliebig herausgegriffenes Beispiel einer ostdeutschen Stadt belegen. In der ostthüringischen Großstadt Gera wurden kurz nach der Wende zwei neue Einkaufszentren auf verfügbaren innerstädtischen Brachen westlich der historischen Einkaufsstraße namens »Sorge« gebaut. Im Ergebnis erbrachten die beiden neuen Einkaufszentren eine Steigerung der Attraktivität der Innenstadt; dies jedoch zu Lasten der vorhandenen Fußgängerzone, wo die Frequenz ungefähr in der Mitte zusammensackt, genau dort, wo der bemerkenswerte Bau des ersten Hertie-Kaufhauses der Geschichte steht. Das Beispiel soll zeigen, dass Reparatur und Aufwertung der städtischen Zentren eines strategischen und zugleich ganzheitlichen Ansatzes bedarf, um urbane Fehlallokationen zu vermeiden. Um im offenen kommerziellen Stadtraum erfolgreich zu sein, bieten die raumorganisatorischen Regeln der Shopping Center wertvolle Anregungen.

Zentralität und kulturelle Differenz

Städtische Zentralität ist ein universelles Phänomen. Doch obgleich Zentralität sich überall auf der Welt beobachten lässt, unterliegt diese soziokultureller Formierung. In Europa sprechen wir von einer »öffentlichen

Zentralität«. Historisch und exemplarisch gestiftet wird diese durch das Zusammenspiel von sakralem bzw. sozialem Raum, repräsentiert durch die Kirche, profanem bzw. politischem Raum, repräsentiert durch das Rathaus, kulturellem Raum, repräsentiert durch das Theater und kommerziellem Raum, repräsentiert durch den Marktplatz. Idealtypisch bildet diese Zentralität den Mittelpunkt einer radialkonzentrischen Struktur, wie wir sie von Idealstadtentwürfen des Renaissance und des Barock her kennen. Diese »punktuelle Zentralität« bewirkt eine Hierarchisierung des städtischen Raums. Sie reflektiert eine vergleichbar ausgeprägte Einwirkung des Politischen auf die Stadtgestalt. Ganz anders die Zentralitätsverfassung der nordamerikanischen Stadt. Eine Hierarchisierung des städtischen Raums wird hier ebenso zurückgewiesen, wie dezidierte planerische Eingriffe in städtische Selbstorganisation. Den räumlichen Gestaltungskräften des Marktes wird hier sehr viel mehr Vertrauen geschenkt, als in Europa. Doch obschon die Idee der republikanischen Landschaft (»Stadt-Land«) urbane Zentralität strukturell ablehnt, ist Nordamerika nicht nur voller großer Städte, sondern zugleich voller Städte mit ausgeprägten, gut sichtbaren und gut erschlossenen Stadtzentren. Sie heißen »downtown« oder »Central Business District« (CBD). Die CBD ist als Ergebnis ökonomisch veranlasster Zentralität zu charakterisieren. Nordamerika sucht nicht die Stadt, hat sie im Unterschied zu Kontinentaleuropa nie als Mittel zur Behauptung bürgerlicher Freiheiten gegen einen rural geprägten Feudalismus verstanden; denn einen solchen hat es in der Geschichte der Vereinigten Staaten nie gegeben. Nordamerika hat Stadt-Land vor Augen, die republikanische Landschaft, die keinen kul-



turellen Unterschied zwischen Stadtleben und Landleben macht; und doch produziert diese Gesellschaft Städte mit mächtigen Zentren, kommerzielle Zentren, die sich folgerichtig aus der anfangs erwähnten Gesetzmäßigkeit städtischer Zentralität ergeben: Es sind vor allen Dingen diejenigen, die sich den teuren, weil knappen, gut erreichbaren und vor allen Dingen mit hohem symbolischem Kapital ausgestatteten Raum leisten können, die sich als Erbauer der CBD sehen dürfen, die großen, erfolgreichen Unternehmen.

Um die kulturelle Dimension von Zentralität zu unterstreichen, wird hier noch ein Hinweis auf die »lineare Zentralität« Chinas eingefügt. Der städtebaulichen Anlage römischer Garnisonsstädte vergleichbar weisen chinesische Städte in der Regel eine oder mehrere in Nord-Süd- und in Ost-West-Richtung verlaufende Achsen auf. Diese Achsen dienen vor allen Dingen der Organisation einer streng hierarchisch strukturierten Abfolge von zugleich hoheitlichen und sakralen architektonischen Bedeutungsträgern. Auch nach dem Ende des Kaiserreiches ist diese Praxis hierarchischer linearer Raumstrukturierung niemals vollständig aufgegeben worden. Zu nennen ist beispielsweise die Schaffung des in das Gigantische erweiterten Tian Anmen Platzes auf der Nord-Süd-Achse Beijings vor den Toren der verbotenen Stadt durch Mao Zedong. Oder, ganz aktuell, die Anlage der Sportstätten für die Olympischen Spiele 2008, ebenfalls auf der Nord-Süd-Achse (auch Drachen-Achse genannt). Dem Vorbild der Vereinigten Staaten mit administrativen Mitteln folgend, versucht Beijing eine neue CBD hochzuziehen (mit dem CCTV-Turm von Rem Koolhaas als Flaggschiff). Und wo geschieht dies? Natürlich auf einer der überkommenen Zentralachsen, in

diesem Fall auf der Chang'an Straße, der so genannten Goldenen Achse Beijings. Wie aktuell die Praxis der linearen Zentralität im gegenwärtigen China ist, zeigt das Beispiel der 9 Mio. Einwohner-Stadt »Shenyang«, wo gerade ein »Goldener Korridor« implementiert wird. In einem von Hyperwachstum geprägten Umfeld soll das lineare Zentrum der ausufernden Megastadt räumliche Hierarchie und damit Struktur, Form, Lesbarkeit und Image verleihen.

Urbane Zentralität und elektronischer Handel

Es ist der Zusammenhang von neuen Technologien (z. B. IT) und sich dynamisch verändernden Lebensstilen in einer sich zugleich fortschreitend individualisierenden und auf Werte des Gemeinschaftlichen rückbesinnenden Gesellschaft, die veränderte Raumsprüche an die Stadt generiert. Betroffen ist insbesondere die Zentralität der Stadt, die durch die Herausbildung einer jungen Generation von »Urbaniten« eine deutliche Aufwertung erfährt. Zur Begründung dieser Behauptung sei auf ein paar Ergebnisse einer Studie hingewiesen, die im Auftrag einer Stiftung des Einzelhandels an meiner Professur durchgeführt wurde.

Die Fragestellung lautete, welche Konsequenzen der sich stark ausbreitende elektronische Handel (E-Commerce; Consumer to Business, d. h. »C to B«) auf die Entwicklung des innerstädtischen Handels hat.

Um Antworten auf diese Frage zu generieren, wurden repräsentative Erhebungen in Leipzig und Hannover durchgeführt. Dazu wurde u. a. zwischen zwei Gruppen unterschieden, zwischen den Nutzern und Nicht-

Nutzern des Internets für Einkäufe, d. h. zwischen »Online-Shoppern« und »Nonline-Shoppern«. Die Ergebnisse der Erhebung sind bemerkenswert: Es zeigt sich, dass im Zuge der Durchdringung des Alltagslebens mit IT eine Recodierung des Stadtraumes stattfindet: Die ästhetische Dimension der Stadt, ihre Atmosphären, die extravertierte Anmutung ihrer öffentlichen Räume, ihr Erlebniswert wird gegenüber ihrer funktionalen Dimension deutlich aufgewertet. Der Grund liegt darin, dass Einkaufsroutinen, der Kauf von Verbrauchs- und einfachen Gebrauchsgegenständen weitgehend in das Internet wandert, der Erlebniskonsum, der Schaufensterbummel, der Kauf hochwertiger Produkte, modischer Kleidung, von Schmuck und Lifestyle-Accessoires und nicht zuletzt die »Face-to-Face-Begegnung« mit Freunden und Partnern hingegen den physischen Stadtraum sucht. So, wie der Fernseher das Wohnzimmer in einen teil-öffentlichen Raum verwandelt, so transformiert das Internet Wohnung, Arbeitszimmer, Laptop in einen virtuellen Basar. Es ist keine Überraschung, dass der »Online-Shopper« jung und mobil ist und alle Räume, virtuelle und physische, für seinen dynamischen und flexiblen Lebensstil nutzt. Er schätzt das vielfältige, ästhetisch ansprechende europäische Stadtzentrum als Erlebnis- und Kontaktraum. Er nutzt ihre Zentrumskompetenz, ihre narrativen und ästhetischen Potentiale als Bühne und Bühnenbild für seine kommunikativen Bedürfnisse. Entsprechend hoch sind seine Anforderungen an den Städtebau. Durch diese Generation wird der Zustand der Innenstadt zu einem Marketing-Argument, zu einem zunehmend harten Standortfaktor, d. h. zu einem Instrument in der Konkurrenz der Städte. Was bedeutet dies für den Einzelhandel?



Dieser wird dann gestärkt,

1. wenn das städtische Umfeld im Sinne des Erlebniskonsums aufgewertet wird (Stichworte: Urbanität, Zentralität, Funktionsmischung, Inszenierung öffentlicher Räume)
2. wenn der Einzelhandel sich in der Binnen- und Außenpräsentation an die neue Situation anpasst durch Thematisierung des Kaufhauses (Urban Entertainment Centre etc.) und durch Kontextintegration und Individualisierung («mass customization» oder auch »kleine Serie») des Auftritts von Filialisten.

In Europa hat das soziokulturell geprägte, funktionsgemischte Stadtzentrum gegenüber dem peripheren Einzelhandel die bessere Ausgangsbedingung für den Wettbewerb um den Online-Shopper als Erlebniseinkäufer. So erfolgt die Aufwertung des städtischen Raums entlang der Transformation vom »Was nützt mir« zum »Was gefällt mir«. Das »Benötigen« wird zunehmend dem E-Commerce zugewiesen, das »Gefallen« dem Erlebnisraum des Stadtzentrums.

Online-Shopper (N)online-Shopper

ASPEKT 2

Handel – Was kann der Handel mit guter Architektur erreichen?

CITYINITIATIVE HANNOVER: HANDEL UND ARCHITEKTUR

Achim Balkhoff, City-Manager, Hannover



Meine sehr verehrten Damen und Herren, geschätztes Fachpublikum, liebe Frau Wiensowski!

Hätte diese Veranstaltung vor einem Jahr stattgefunden, hätte ich vermutlich irgendwo im Zuhörerbereich gesessen. Ich hätte mir das Wichtigste ihrer fundierten Beiträge notiert und hätte als Redakteur für meinen damaligen Arbeitgeber, die »Hannoversche Allgemeine Zeitung«, ihre Inhalte in die Öffentlichkeit gebracht.

Heute indes stehe ich hier als Geschäftsführer der Hannover-City GmbH und diese Entwicklung hat ganz viel auch mit einer nicht unumstrittenen Form von City-Architektur zu tun:

Das Reizwort heißt ECE, von kritischen Zeitgeistern auch schon mal als Stein gewordener Otto-Katalog bespöttelt. Wie auch immer, 140 Geschäfte, eine unübersehbare Shopping-Mall-Architektur, das neue kommerzielle Gesicht unserer Innenstadt, die Ernst-August-Galerie. Die Shopping-Galerie eröffnet im Oktober und damit endet eine dreijährige Findungsphase in Hannovers City. Es war zunächst wie immer, wenn die Projektentwickler von ECE die Genehmigung erhalten, ihre durch und durch designten Konsumtempel errichten zu dürfen: Der Rest des Handels wehklagt oder fühlt sich in seiner Existenz bedroht.

In Hannover wich dieses Risikodenken hingegen erstaunlich schnell einer objektiven Chancenbeurteilung und siehe da, die City brach auf. Zunächst einmal organisatorisch. Fünf Quartiere bilden nun die City ab, alleamt im unterschiedlichen Profil, jedes für sich eine charmante Alternative zum gigantischen ECE-Gebilde. Die Vermarktung der Quartiere wurde der



neu gegründeten Hannover-City GmbH übertragen, und unsere Botschaft ist eindeutig: Willkommen ihr neuen Kunden, willkommen du neue Kaufkraft, willkommen ECE. Aber merkt euch bitte auch folgendes: Hannover-City ist nicht nur ECE, Hannover-City ist sehr, sehr viel mehr. Auch architektonisch.

Wenn ECE eröffnet, wird man dort am Hauptbahnhof 240 Millionen Euro verplant und verbaut haben, aber auch andere City-Akteure investierten fleißig: Die Stadt Hannover zunächst in dem öffentlichen Raum. Am Platz der Weltausstellung und rund um die Oper werden Verschönerungen für nahezu fünf Millionen Euro verbaut. Der Bauboom setzt sich aber auch bei den privaten Hauseigentümern fort.

Heutelbeck reißt ab und baut schick wieder auf. Görtz steht dem in nichts nach, baut nur schneller wieder auf. Im Rosenquartier gegenüber dem ECE investiert Steigenberger in zweistelliger Millionenhöhe. Auch kleinere Häuser wie IG Von der Linde am Platz der Weltausstellung oder Salamander in der Großen Packhofstraße erneuern ihre Fassade und sogar der große, in hässlichem Beton erstarrte City-Tanker kommt wieder in Bewegung. Alles hofft auf die neue Baustelle Kröpcke-Center im Herzen der Stadt und sehr viele hoffen auch darauf, dass all diese Um- und Neubauten, sich bitte schön harmonisch in das Gesamtgefüge Innenstadt einpassen.

Als Laie, meine Damen und Herren, steht es mir nicht zu, gestalterische Bewertungen vorzunehmen. Als jemand, der sich allerdings tiefere Gedanken über die Zukunft von Innenstädten im allgemeinen, und von Hannover im besonderen macht, gestatten Sie mir bitte ein paar grundsätzliche Anmerkungen.

Innenstädte stehen vor einer blühenden Renaissance, wenn sie es denn richtig anstellen. Wenn Sie begreifen, künftig mehr Aufgaben zu erfüllen als bisher. Die City muss wieder für Inspiration, für Flair, für Treffpunkt stehen. City bedeutet wieder mehr Lebendigkeit und Vielfalt. Und City wird zu einem immer beliebter werdenden »Third Place«, zu einem dritten Aufenthaltsort zwischen Zuhause und Büro.

Es ist schon erstaunlich: Die Zeit von E-Mail und SMS, von Laptop, Internet-Shopping und Online-Chats bewirkt auch einen auffälligen Gentrend: Den Hang des Menschen zu mehr Urbanität. Der Wunsch und die Sehnsucht nach neuen Gemeinschaftserlebnissen. Public Viewing zum Beispiel beschreibt dieses Phänomen sehr trefflich. In dieser Sehnsucht nach wahrhaftigem und gemeinschaftlichem Erleben liegt eine der großen Chancen von Innenstädten.

Wer Innenstadt deshalb weiterhin nur als die bloße Aneinanderreihung von Geschäften versteht, wird ganz, ganz bitter verlieren. Diese Uniformität schätzt niemand mehr so recht, ebenso wenig aber auch ein starres Mienenspiel in der zentralen Handelsarchitektur. Mit einfachen Zweckbauten und billigen Kulissenarchitekturen wird also künftig das große Geld nicht mehr zu verdienen sein. Dieser räumliche Abdruck unserer Schnäppchengesellschaft wird deshalb in einer City-Architektur der Zukunft immer weniger zu suchen haben. Dem Himmel sei Dank.

Architektonische Anstrengungen, das hat man kapiert, sind demnach kein purer Selbstzweck mehr, sondern vielmehr ein starkes Verkaufsargument im Sinne eines besseren Umsatzes. Also mehr Profil, mehr Einzigartig-

keit, dafür weniger Funktionalität. Der Einzelhandel hat das Potenzial, die historischen Ensembles unserer Stadt auf- und abzuwerten. Es muss daher den Kommunen gelingen – zunächst durch Überzeugungskraft, wenn das nicht hilft, auch durch Satzung – dass ein verantwortungsvoller Umgang mit der vorhandenen Bausubstanz erreicht wird. Von einem harmonischen, geschlossenen Citybild profitieren schließlich beide Seiten, Handel und Kommune. Über Jahrhunderte hinweg haben zunächst sakrale Bauten, später Handelsbauten die Stadtansichten bestimmt.

Mit Fug und Recht können gerade diese Bauwerke als Schaufenster einer Innenstadt bezeichnet werden. Will der Handel auch weiterhin als ein mitbestimmender und wegweisender Faktor des Stadtbildes erkannt werden, muss er dies mit qualitativ hochwertiger Architektur zum Ausdruck bringen. Was mir Hoffnung macht, ist die Beobachtung, dass gerade große Waren- und Modehäuser auf sich aufmerksam machen: als architektonisch sinnfällige Schrittmacher eines neuen Urbanismus. Insbesondere in den großen, internationalen Metropolen etabliert sich bereits die neue Ästhetik des Shop-Designs. Man denke nur an die aufregenden Gestaltungen von Flagship Stores internationaler Marken wie Armani oder Prada. Star-Architekten wie Tadao Ando oder Renzo Piano werden dazu angeheuert und die Botschaft ihrer Sehenswürdigkeiten ist völlig klar: Konsum ist auch Kultur, nämlich Baukultur.

Nun stehen diese noblen Weltmarken eher für Rom oder Paris, in Hannover wird in den kommenden Jahren alles eine Nummer kleiner ausfallen – aber für die Stadt wird eine anspruchsvolle City-Architektur von gleicher

image- und damit auch wirtschaftsfördernder Bedeutung sein. Im Dialog von Stadt und Handel tauchte früher gern eine Spruchweisheit auf: Die Stadt braucht den Handel – der Handel aber nicht die Stadt. Also ging der hinaus auf die grüne Wiese und Städte wurden zusehends entseelt.

Diese Dummheit, meine Damen und Herren, wird in einem sehr, sehr zähen Prozess nun mühsam korrigiert. Europäische Städte waren immer auch Handelsstädte. Ich bin mir sicher, dass auch der Handel, ungeachtet unaufhaltbarer Konzentrationsprozesse, die Zukunftschancen in einer boomenden City sieht. Und wann boomt die Stadt? Nur wenn der Zentralitätsindex stimmt? Also die Kennziffer für Kaufströme?

Meine Damen und Herren, wir sollten hinzulernen. Ein Urbanitätsindex wird künftig wenigstens ebensoviel über das Funktionieren einer City aussagen wie eine Messlatte des Konsums. Professionelles City- und Quartiersmanagement, wie wir es kraftvoll versuchen, in Hannover zu installieren, wird ja gern immer mit Aktion oder neudeutsch Event gleich gesetzt. Das aber stimmt nur bedingt. Punktuelle Aktionen, so anspruchsvoll und gelungen sie auch sein mögen, wirken nur zeitlich begrenzt. Nachhaltige und dauerhafte Verbesserungen gelingen hingegen nur durch strukturelle und bauliche Veränderungen. Und daran wirken Sie als Planer, Stadtgestalter und Architekten an entscheidender Stelle ganz wesentlich mit.

Ich wünsche Ihnen für Ihr Schaffen ebenso viel Mut wie Augenmaß. Dankeschön.

FÖRDERUNG DER INNENSTÄDTE DURCH DIE »QUARTIERSINITIATIVE NIEDERSACHSEN«

Jens Imorde, Geschäftsführer der Imorde Projekt- & Kulturberatung GmbH, Münster

ASPEKT 2

Handel – Was kann der Handel mit guter Architektur erreichen?

Modellförderung »Belebung der Innenstädte« – Quartiersinitiative Niedersachsen

Die Modellförderung der Landesregierung verfolgt folgende Ziele:

- Innenstädte beleben,
- Multifunktionalität der Innenstädte sowie Quartiere des Einzelhandels & der Dienstleistungen stärken,
- innovativen Handlungsansätze fördern & Erfahrungen gewinnen,
- lebendige & urbane Atmosphäre schaffen,
- Bildung von privaten Standortgemeinschaften (Quartiersinitiativen) fördern.

Quartiersinitiativen sind freiwillige Partnerschaften von lokalen Gewerbetreibenden, Grundeigentümern, anderen Nutzungsberechtigten und der Stadt, die räumlich begrenzte innerstädtischen Bereiche (Geschäftsbereich, Problemgebiete, gewachsene Zentren, Fußgängerzone...) auf der Basis eines gemeinsamen entwickelten Handlungsprogramms bzw. -projekts verbessern, aufwerten und weiterentwickeln. Die Quartiersinitiativen Niedersachsen sowie die Immobilien- und Standortgemeinschaften sind also alternative Lösungsansätze der Business Improvement Districts (BID) auf freiwilliger Ebene.

Mit diesem Grundgedanken, kommunale Vorsorge verstärkt durch Eigeninitiative zu ersetzen bzw. zu ergänzen, hat die Niedersächsische Landesregierung das Modellförderprogramm »Belebung der Innenstädte« 2007 initiiert und erstmalig 18 niedersächsische Quartiersinitiativen finan-



ziell unterstützt (ca. eine Million Euro). Die große Resonanz des Wettbewerbs – insgesamt hatten sich 45 Quartiere bzw. Projekte daran beteiligt – hat den Handlungsbedarf gezeigt. 2008 wurden 30 Wettbewerbsbeiträge eingereicht, mit einer deutlich höheren Beteiligung seitens der Privaten. Die Jury unter dem Vorsitz von Frau Sozialstaatssekretärin Dr. Christine Hawighorst hat Mitte Juli 2008 getagt und erneut 18 Modellprojekte ausgewählt, die eine Förderung bis zu 40 Prozent der Gesamtkosten erhalten.

Mit der Förderung verschiedener beispielhafter Ideen und konkreter Maßnahmen zur nachhaltigen Standortentwicklung und -gestaltung unterstützt das Land kooperative Ansätze und Verfahren, private Aktivitäten und Investitionen sowie städtebauliche Verbesserungen. Die Handlungsansätze, Schwerpunkte und Gegebenheiten der Modellprojekte sind sehr vielfältig (Baukultur, Städtebau, Angebotsattraktivität, Prozess- und Strukturentwicklung...), trotzdem kann man Themen und Ansätze erkennen, die sich häufig überschneiden und ergänzen:

- Die Innenstadt als Handels- und Dienstleistungszentrum
- Die Innenstadt als öffentlicher und privater Raum



- Die Innenstadt als Zusammenschluss aller Akteure
 - auf dem Weg zu einer kooperativen Stadtentwicklung
 - auf dem Weg zu einem professionellen Quartiersmanagement

Vier Beispiele aus dem QiN-Wettbewerb 2007:

»Fußgängerzone Lingen (Ems) – in neuer Blüte«

In Zusammenarbeit mit der Stadt haben die Anlieger (Händler, Eigentümer, Mieter) die Fußgängerzone im Kreuzungspunkt ihrer Hauptachsen bzw. dem Bereich um den Marktplatz als Initialbereich neu gestaltet. Die frühzeitige und andauernde Einbindung der Privaten (seit 2006 Konzeptentwicklung und Planung) hat zu einer hohen privaten finanziellen Beteiligung sowie erleichterten Umsetzungs- und Bauphase erheblich beigetragen.

»Brauereiquartier Einbeck«

Die Akteure haben hier ein ganzheitliches Konzept entwickelt, um die zentral gelegene überregionale bekannte, aber im Quartier kaum wahrnehmbare Einbecker Brauerei zu integrieren. Neben der Aufwertung des Platzes und deren Anbindung an die Fußgängerzone sowie die Entwicklung des Quartiers zu einem regionalen »Marktplatz« ging es in erster Linie darum, über Nutzungsmanagementmaßnahmen leerstehende Immobilien auf neue Nutzungsmöglichkeiten abzuklopfen und mit den Besitzern Perspektiven für diese Immobilien zu entwickeln. Grundlage für diese langfristige Aufgabe ist die Schaffung einer funktionalen und stabilen Organisations-

struktur für die Quartiersinitiative.

»Innovatives Lichtkonzept«

In Delmenhorst ist das Projekt in erster Linie von ansässigen Einzelhändler und Immobilienbesitzer initiiert worden, um den Kundenfrequenz in der Langen Straße zu steigern und den Einzelhandel zu stärken. Die Quartiersinitiative »Westlicher Teil der Langen Straße« bezieht sich auf den Eingangsbereich der Fußgängerzone, der einen deutlicheren Handlungsbedarf im Vergleich zum östlichen Teil der Straße aufzeigt. Gemeinsam mit der Stadt und der Stadtmarketinggesellschaft wurde ein Beleuchtungskonzept erstellt und erste beispielhafte Projekte umgesetzt.

»Celle-Netz und Einkaufsführer Innenstadt«

In dem Celler Modellprojekt »Celle-Netz und Einkaufsführer Innenstadt« sollen die Akteure der Altstadt – darunter zahlreiche inhabergeführte Geschäfte – durch eine einheitliche Form der Außendarstellung gestärkt werden. Die Kunden werden zukünftig durch einen innovativen Einkaufsführer (datenbankgestütztes System) über das Angebot der Innenstadt, Öffnungszeiten, usw. informiert. Die Verknüpfung mit einer Kartengrundlage ermöglicht eine Wegweisung. Zusätzlich werden Themenrouten wie z. B. »Route Fachwerk und moderne Architektur« erarbeitet.

Ausführliche Informationen zu diesen vier Beispielen sowie zu den anderen 18 Modellprojekten 2007 stehen unter www.deine-stadt.org zum Download bereit. Diese PowerPoint-Präsentation als PDF-Datei ebenfalls.



ASPEKT 3

Zukunft – Was ist die richtige
Gestaltung für die Innenstadt?

METROPOL PARASOL

Jürgen Mayer H., freischaffender Architekt, Berlin

Studentenkantine, Neues Gebäude für die Hochschule Karlsruhe

Die neue Mensa ist in ihrer Funktion und Form als ein flexibler Raum im Zentrum des Hochschulcampus in Karlsruhe entstanden. Das Gebäude wurde als Erweiterung der schon bestehenden Einrichtungen geplant, um der anwachsenden Studentenzahl gerecht zu werden. Die Mensa ist die neue Adresse des Campus und vermittelt sowohl zwischen den drei verschiedenen bestehenden Hochschulen als auch der benachbarten Bebauung und dem angrenzenden Hardtwald. Das Gebäude reagiert auf dieses Umfeld mit verschiedenen Schichten der Durchlässigkeit.



Fotos: David Franck



Metropol Parasol – Neuordnung der »Plaza de la Encarnación« in Sevilla/Spanien

»Metropol Parasol« ist das neue Wahrzeichen der Stadt Sevilla – ein Ort der Identifikation und zur Darstellung der Rolle Sevillas als einer der faszinierendsten Kulturräume Spaniens. »Metropol Parasol« bietet das Potential, die Plaza de la Encarnación zu einem neuen zeitgenössischen urbanen Zentrum zu machen. Die Rolle dieses einzigartigen städtischen Raumes im Zentrum der dichten Struktur der mittelalterlichen Altstadt von Sevilla schafft eine große Vielfalt differenzierter Aktivitäten, von der Darstellung der Stadtgeschichte zu Freizeit und Einkaufsmöglichkeiten. Die gut entwickelte Infrastruktur macht den Platz lebendig als Ziel für Touristen und für die Bürger der Stadt. Das Konzept »Metropol Parasol« mit den großen pilzartigen Strukturen beherbergt im Untergeschoss ein archäologisches Museum, eine Markthalle auf Platzebene, einen erhöhten Platz für Events, sowie Bars, Restaurants und einen Panorama-Rundgang auf den Parasols. Die mit Polyurethan beschichtete Holzstruktur wächst aus der Ebene der archäologischen Ausgrabung zu einem Signet für die Stadt. Das multifunktionale Angebot von »Metropol Parasol« initiiert eine dynamische Entwicklung für kulturelle und kommerzielle Einrichtungen im Herzen von Sevilla.



J. MAYER H. Architekten, Berlin mit ARUP Ingenieure, Berlin/Madrid Fotos: David Franck

LEITBILD FÜR DIE INNENSTADT

Lars Loebner, Architekt, Leiter des Sachgebiets Gestaltung öffentlicher Raum,
Stadtplanungsamt Leipzig

Sehr geehrte Damen und Herren, sehr geehrter Herr Präsident Schneider, ich bin eingeladen worden, Leipzigs Leitbild für die Innenstadt vorzustellen. Ich muss Sie enttäuschen, wenn Sie ein umfassendes städtebauliches Manifest, das alle Aspekte der Innenstadtentwicklung zu einem großen und prägnanten Leitbild vereint erwarten. Es gab solche politischen Leitbilder zu DDR-Zeiten, doch diese waren in Misskredit gekommen und obsolet. Die Nachwendezeit in der »Boomtown Leipzig« war eine Zeit des Handelns, nicht eine Zeit der großen Debatten. Ich kann Ihnen jedoch anhand der Konzepte, Planungen und Projekte einen sehr breiten und belastbaren Grundkonsens der Leipziger Bürgerschaft und der verantwortlichen Planer aufzeigen, der dieses Handeln seit der zweiten Stunde »Null«, nach der friedlichen Revolution des Herbstes '89, wesentlich bestimmt hat. Sie werden deshalb vor allem ein Leitbild der »Tat« sehen.

Situation in den 90er Jahren

Mit der Einheit Deutschlands wurde Leipzig in die sich globalisierende Welt katapultiert. Innerhalb zweier Jahre verlor Leipzig seine industrielle Basis und fast 90 Prozent der ehemals über 100.000 Arbeitsplätze in diesem Bereich. Gleichzeitig verlor die Stadt im Schnitt 10.000 Einwohner pro Jahr durch Wegzug, Suburbanisierung und extrem gesunkene Geburtenrate. Der dramatische Strukturwandel von der sächsischen Industriemetropole in ein überregional bedeutendes Dienstleistungszentrum musste in einem historischen Wimperschlag und unter sehr ungünstigen Randbedingungen vollzogen werden.

In dieser Situation wurde die wirtschaftliche Basis der Innenstadt durch ein vollständiges Versagen der Raumordnung Anfang der 90er Jahre nahezu zerstört. Im Umland von Leipzig wurden Einkaufszentren genehmigt und gebaut, die um ein mehrfaches die Verkaufsfläche der Innenstadt überstiegen. Die Leipziger gaben Mitte der 90er Jahre nur ca. 80 Prozent ihrer Kaufkraft innerhalb der Stadtgrenzen aus, ein für ein Oberzentrum völlig inakzeptabler Wert.

Leipzigs Bausubstanz wurde im Zweiten Weltkrieg nur zu einem Viertel zerstört, wenngleich im Stadtzentrum, der historischen Altstadt, wichtige Raumkanten und Gebäude den Bomben zum Opfer vielen. Die DDR setzte nach einer Phase erster Rekonstruktionen des Stadtgrundrisses ab den 60er Jahren Raumkonzepte der Moderne der historisch überkommenden Raumstruktur entgegen. Solitäre Gebäudeensembles auf alten, ehemals dicht bebauten Grundstücken sollten von der sozialistischen Modernität künden und unterbrechen das historische Raumkontinuum der Altstadt.

Bereits vor der friedlichen Revolution wurde diese Art des städtebaulichen Leitbildes kritisch betrachtet. Eine im Januar 1990 von lokalen Architekten und Denkmalschützern einberufene »Volksbaukonferenz« prangerte den Raubbau am historischen Erbe an und vertrat einen Standpunkt, den man heute »kritische Rekonstruktion« nennen würde. Vor diesem Hintergrund entstand 1992 ein im Stadtrat gebilligter Rahmenplan, der die weitgehende Wiederherstellung der historischen Raumkanten vorsieht und maßgeblich die letzten Jahre Richtschnur des planerischen Handelns wurde. Auch wenn es aktuelle Diskussionen zur Neubewertung insbesondere



der »Sozialistischen Moderne« in Leipzig gibt, war und ist die Wiederherstellung des historischen Stadtgrundrisses städtebauliches Leitbild für das Stadtzentrum.

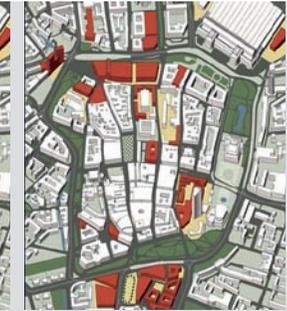
Planerische Konzepte der 90er Jahre

Zur Sicherung der Nutzungsmischung wurde 1998 der Bebauungsplan »Nutzungsarten im Stadtzentrum« beschlossen. Ziel war es, die Leipziger Innenstadt nicht zum monofunktionalen Einkaufs- und Bürostandort werden zu lassen, sondern ein lebendiges, intensiv durchmischtes und auch in den Abendstunden besuchtes Stadtzentrum zu entwickeln, das sich neben dem Handel und dem Arbeiten auch auf Gastronomie, Kultur und Wohnen stützt. So wurde ein 20-prozentiger Wohnanteil für alle Neubauten obligatorisch, eine Festsetzung, die sich nach der Überhitzung des Büroimmobilienmarktes als sehr marktfähig erwiesen hat und eine neue Schicht von bekennenden Innenstadtbewohnern in das Stadtzentrum bringen konnte.

Ebenso wurde 1997 das Gestaltungskonzept für den öffentlichen Raum der Innenstadt einstimmig vom Stadtrat verabschiedet. Dieses Konzept war für mehr als ein Jahrzehnt Leitfaden zur Umgestaltung und Wiederherstellung der öffentlichen Räume des Stadtzentrums. Dem Gestaltungskonzept zugrundegelegt wurde das für die Innenstadt wichtige Konzept der »Autoarmen Innenstadt«, das auf eine deutliche Verringerung des Individual- und besonders Durchgangsverkehrs im Stadtzentrum abzielte. Ebenso sah es vor, Parkhäuser und Tiefgaragen direkt am Promenadenring zu etablieren und von diesem aus zu erschließen. Für einzelne Quartiere

des Stadtzentrums wurden eigene Bebauungspläne aufgestellt. Das betraf zum einen eine marktnahe Grünfläche, die mittels des Bebauungsplanes gesichert wurde und zum anderen das Museumsquartier, das auf den alten Sachsenplatz entsteht und den Neubau des Museums der bildenden Künste beherbergt.

Wesentliche Initialzündung für die Wiedergeburt des Stadtzentrums waren drei wichtige Faktoren: erstens gab es nach der Klärung der Restitutionsansprüche auch durch steuerliche Hilfestellung ermutigte Investoren, die den weitaus größten Teil der historischen Altstadt sanierten und damit vor dem sicheren Verfall retteten. Zweitens vollzog sich ein gesellschaftlicher Wandel mit der Rückkehr in die Stadt und drittens gab es mit dem ECE-Projekt der Hauptbahnhofpromenaden in der Mitte der 90er Jahre einen ersten Schritt, der Grünen Wiese etwas entgegenzusetzen. Das Projekt war umstritten und es gab große Ängste bei den Einzelhändlern in der Innenstadt, doch die 20.000 qm Verkaufsfläche, direkt am historischen Stadtkern gelegen und optimal verknüpft und eingebunden in das Stadtgefüge, konnte die Innenstadt zurück auf die Landkarte als wichtiger Einzelhandelsstandort für die Region setzen. Seit Ende der 90er Jahre hat sich die Verkaufsfläche und die Passantenfrequenzen fast verdoppelt und die Zentralitätsziffer ist auf 103,4 gestiegen. Das geschah vor den Hintergrund eines nach wie vor schwierigen Prozess des Strukturwandels und deutlich geringerer Kaufkraft als in den alten Bundesländern. Man kann feststellen, dass die Wettbewerbsfähigkeit der Innenstadt durch planerische Maßnahmen und privates Engagement der Investoren in den letzten 15 Jahren deut-



lich gestiegen ist und gegenüber der Grünen Wiese an Boden gut gemacht hat.

Neue Herausforderungen

Leipzig kann sich aber nicht auf dem Erreichten ausruhen, denn zum einen ist die Zentralität einem Oberzentrum noch nicht angemessen und zum anderen rüsten die Wettbewerber deutlich auf. Aus dem Saale Park, vor den Toren Leipzigs, aber bereits in Sachsen-Anhalt gelegen, wurde »Nova Eventis« – ein neues Einkaufserlebnis für die gesamte Familie, wo aufwendige Inszenierungen des nur scheinbar öffentlichen Raums genauso dazugehören wie ein riesiger Kinderspielplatz, große, lichte Parkhäuser, optimale Verkehrsanbindungen und vielfältige Serviceeinrichtungen.

Zurzeit erlebt die Innenstadt eine zweite Investitionswelle nach den 90er Jahren, wo das Museumsquartier und dessen Randbebauung wieder Dynamik entwickelt, wo mit dem Projekt »Höfe am Brühl« an einer strategisch wichtigen Stelle im Stadtgefüge wieder ein Kundenmagnet entsteht und wo mit dem City-Tunnel-Projekt eine neue, auf den öffentlichen Verkehr basierende Zentralität mit dem Umland geschaffen wird. Mit dem 600-jährigen Jubiläum der Universitätsgründung wird 2009 der größte Teil der Umgestaltungen am traditionellen Innenstadt-Campus mit dem neuen Hauptgebäude, dem Paulinum (Aula und Andachtsraum in Erinnerung an die 1968 abgerissene Universitätskirche St. Pauli), Instituts- und Museumsneubau sowie dem sanierten Seminargebäude vollendet sein. Die Universität wird, eingebunden in das moderne Architekturkonzept von Erik van Egeraat, eine

neue Adresse erhalten und dem Augustusplatz eine neue Schauseite geben. Die aktuellen, wie die bereits umgesetzten Projekte entsprechen in ihrer räumlichen Struktur und Ausdehnung dem Rahmenplan aus dem Jahre 1992. Am Museumsquartier, am Burgplatz, am Markt, in der Grimmaischen Straße und demnächst am Bühl sind die historischen Stadtgrundrisse wiederhergestellt worden. Eine wesentliche Qualität der Leipziger Innenstadt wurde zurückgewonnen und damit das Fundament für eine deutlich verbesserte Ausgangsposition im Wettbewerb mit der Grünen Wiese gelegt.

Aktuelle Konzepte

Ich möchte im Weiteren auf aktuelle Konzepte eingehen, mit der wir planerisch auf die kommenden Herausforderungen reagieren und unsere Wettbewerbsposition weiter stärken wollen. Zurzeit werden parallel drei Konzepte bearbeitet, die sich auf den öffentlichen Raum beziehen, einander bedingen und untereinander auf engste verknüpft sind: das Strategische Konzept für den öffentlichen Raum des Stadtzentrums, die Fortentwicklung des Konzeptes »Autoarme Innenstadt« und das Spielraumkonzept »Spielen am Wege«.

Das Strategische Konzept knüpft an die Gestaltungskonzeption aus dem Jahr 1997 an und stellt die weitere Neugestaltung und Wiederherstellung der Straßen und Plätze angesichts der deutlich gesunkenen finanziellen Leistungsfähigkeit und endlicher Fördermittelprogramme unter eine strategische Zielstellung. Er formuliert bis 2012 sieben Leitprojekte, die zum einen auf die bessere fußläufige Erreichbarkeit des Stadtzentrums und

damit Steigerung der Passantenfrequenz abzielen und zum anderen diese Maßnahmen mit den aktuellen Großprojekten verknüpft, so dass Synergien genutzt werden können. Vor dem Hintergrund des nach wie vor scharfen Wettbewerbs mit den Einkaufszentren auf der Grünen Wiese müssen Potentiale für eine weitere Steigerung der Passantenfrequenzen erschlossen werden. Dazu gehört beispielweise die nur fünf Gehminuten entfernte gelegene touristische Hauptattraktion, der Leipziger Zoo mit 1,8 Mio. Besuchern im Jahr, für Fußgänger deutlich besser mit dem Stadtzentrum zu verknüpfen.

Dank eines Forschungsprojektes mit der Bauhaus-Universität Weimar konnte mit dem Londoner Softwareprogramm »Space Syntax« die Erreichbarkeit der Leipziger Innenstadt untersucht und Simulationen erstellt werden. Dabei ist festzustellen, dass mit dem Bau der innerstädtischen Stationen des City-Tunnels, dem Rückbau der Fußgängertunnel und Brücken als Querungen des Promenadenrings deutliche Verbesserungen für die Erreichbarkeit des Stadtzentrums geschaffen werden, was sich unmittelbar auf die Passantenfrequenzen und damit die Ertragslage auswirken wird.

Ein wesentlicher Baustein und auch Grundlage des Strategischen Konzepts ist deshalb die Fortschreibung des Konzeptes der »Autoarmen Innenstadt«. Bezüglich der Versorgung mit Parkraum für den ruhenden Verkehr ist in Leipzig mit mehr als 8.000 Stellplätzen in Tiefgaragen und Parkhäusern in und um das Stadtzentrum eine komfortable Situation erzielt worden. Aufgrund der Baustellensituation aber auch struktureller Umbrüche, wie z. B. die Nutzung von Kurierdiensten für eigentlich normale Anliefervorgänge,

hat sich die Fahrzeugdichte im Stadtzentrum wieder erhöht und werden Fahrverbote in Fußgängerzonen missachtet. Deshalb werden zurzeit Modifikationen des bestehenden Konzeptes im politischen Raum diskutiert, die darauf abzielen, eine Durchfahrung des Stadtzentrums noch stringenter als zuvor baulich zu unterbinden und so ein durchgehendes Kreuz von reinen Fußgängerzonen zu etablieren, die den Marktplatz mit den ÖPNV-Haltestellen am Promenadenring verbinden. Die Andienung der Geschäfte in den Fußgängerzonen kann innerhalb des Zeitfensters von 5:00 bis 11:00 Uhr erfolgen. Ebenfalls Bestandteil des Konzeptes ist der Radverkehr, eine Verkehrsart, die sich in Leipzig aufgrund der Topografie und eines sehr erfolgreich verfolgten Radverkehrskonzeptes überdurchschnittlich entwickelt hat. Die Querung des Stadtzentrums und die damit verbundene friedliche Koexistenz zwischen Radfahrern und Fußgängern ist nicht immer einfach und bedarf einer eindeutigen Regelung. Ebenso hat das Abstellen von Fahrrädern vor Geschäften eine Dimension erreicht, die an Amsterdamer Verhältnisse erinnert und wohl nur mit neuen Konzepten, wie zum Beispiel der neuen Fahrradtiefgarage unter dem Uni-Campus, begegnet werden kann.

Als letztes möchte ich auf das Spielraumkonzept »Spielen am Wege« eingehen. Wie bereits erwähnt, steht die Innenstadt im u.a. Wettbewerb mit dem Einkaufszentrum »Nova Eventis« vor den Toren der Stadt, das mit einem familienfreundlichen Shopperlebnis wirbt. In der Tat gibt es im Stadtzentrum keinen ausgewiesenen traditionellen Spielplatz und die Rückgewinnung der historischen Raumkanten führt auch zunehmend zum Verschwinden von offenen Platzsituationen wie z. B. dem Sachsenplatz, der



aufgrund seiner Gestaltung mit Brunnenanlagen, Sitzmöglichkeiten und Blumenrabatten ein Magnet für Jung und Alt war. Wir sind in Leipzig dennoch überzeugt, dass die Altstadt mehr bieten kann als einen Abenteuerspielplatz mit Kinderaufbewahrung. Das Konzept »Spielen am Wege« möchte Möglichkeiten aufweisen, vorhandene Straßen- und Platzsituationen zu nutzen, um Kindern und Familien ein unvergessliches Innenstadterlebnis zu bieten und vor dem Hintergrund der urbanen Qualität und der hohen kulturgeschichtlichen Dichte des Stadtzentrums die Kinder bereits in jungen Jahren für das Urbane zu begeistern. Dabei bedient sich das Konzept der folgenden vier Methoden: »Nachrüsten«, »Neuplanen«, »Zwischennutzen« und »besondere Orte«.



In einem sehr umfassenden Partizipationsprozess mit Kindern und sogenannten Stadtextperten, d.h. den Innenstadtakeuren aus Politik, Wirtschaft, Verwaltung und Bürgerschaft, wurden Orte und Räume bestimmt, die sich zum Spielen eignen und auf eine neuartige Weise dem Anspruch eines familiengerechten Stadtzentrums entsprechen. Zwei Pilotprojekte, das Spielraumkonzept für die Reichsstraße und der Spiel- und Verweilraum in der Grimmaischen Straße, sind in Planung und werden in den nächsten beiden Jahren realisiert. Beide Projekte sind aus Workshops bzw. Wettbewerbsverfahren mit enger Einbindung von Kindern entstanden.

Abschließend möchte ich kurz zusammenfassen, dass Leipzig bisher keinen besonderen oder außergewöhnlichen Weg in der Innenstadtentwicklung eingeschlagen hat, sondern vielmehr die »Wahrung der Gestalttypik der Stadt« zielgerichtet verfolgt hat. Das ist etwas, das inzwischen zur »Renaissance der Mitte« geführt hat und als »tourismusorientierter Zentrenumbau« (Bodenschatz) bezeichnet wird, wofür Beispiele in London, Berlin oder Barcelona in einem ganz anderen Maßstab stehen. Leipzig hat und musste diesen Weg jedoch unter sehr besonderen Rahmenbedingungen und in einer sehr kurzen Zeitspanne gehen. Die Stadt war zum Erfolg gezwungen, wollte sie nicht den erneuten und damit wohl endgültigen Verlust des historischen Stadtzentrums und seiner besonderen Funktion für die Gesamtstadt hinnehmen. Dieser Verantwortung waren sich alle Akteure bewusst, so dass der Grundkonsens über die zukünftige Entwicklung der Innenstadt bisher nicht zur Disposition stand und als gemeinsam getragenes »Leitbild« seine Wirkung entfaltete.

INNENSTADTENTWICKLUNG DURCH BAUKULTUR

Wolfgang Schneider, Freischaffender Architekt
und Präsident der Architektenkammer Niedersachsen

ASPEKT 3

Zukunft – Was ist die richtige
Gestaltung für die Innenstadt?

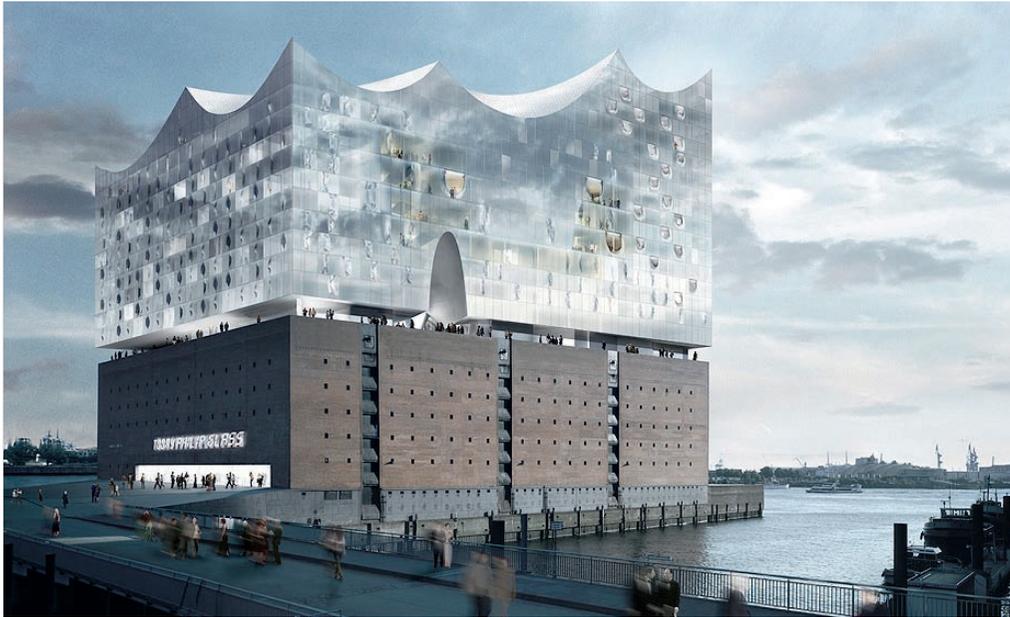


Chaos und Ordnung, Vielfalt und Vielschichtigkeit, Dichte und Unvollkommenheit sind die Wesenszüge einer Großstadt. Ihr Erscheinungsbild wird bestimmt durch die Dualität von alter und neuer Architektur; sie macht den besonderen Reiz aus. An den Bauten lässt sich die Geschichte, die Kultur einer Stadt ablesen. So ist auch das Bauen im städtischen Kontext geprägt von Gegensätzen und Zwängen und fordert jedem Architekten ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen ab.

Städte sind das zu Stein gewordene Ergebnis historischer Prozesse wie sozialer und ökonomischer Entwicklungen und politischer Machtverhältnisse. Sie unterliegen Wandlungen und Umbrüchen; dementsprechend sind Veränderungen im Stadtbild die Folge. Im Zusammenspiel von öffentlichem Raum und der ihn konstituierenden Bebauung als materielle Zeitzeugen ist die Stadt das kollektive, materialisierte Gedächtnis heutiger Gesellschaften. Kontinuität der Entwicklung ist hier ebenso ablesbar wie historische Brüche.

Ahnte Wolf Jobst Siedler die gegenwärtig spürbare Renaissance der Stadt, als er 1964 in seinem vielbeachteten Buch »Die gemordete Stadt« das endlich beginnende Verblässen des Reizes der seit den 1920er Jahren von Le Corbusier und anderen zur Doktrin erhobenen »stadtplanerischen Ideale der Entkernung und Durchgrünung von Städten« zu erkennen glaubte? Damals wollte Siedler gar die Sehnsucht nach dem »Häusermeer« der traditionellen Stadt von neuem geweckt sehen. Das hier geäußerte Heimweh nach dem damals bedrohten und vielerorts schon verlorenen Stadtraum, gewissermaßen der »steinernen« Stadt, war jedenfalls ein wirkungsvolles Wegzeichen für das allgemein einsetzende Umdenken.

Und heute? Es ist eine enorme Herausforderung, angesichts der zunehmenden Ausbreitung von etablierten Markenketten und oftmals gesichtsloser Investorenarchitektur das Bild einer Stadt noch »unterscheidbar« zu gestalten. In der so genannten »Global City-Forschung«, in den Feuilletons, aber auch bei uns Architekten, Stadtplanern und Landschaftsarchitekten werden Städte als Opfer der Globalisierung angesehen, die ihre Eigenart zu verlieren drohen. Mit anderen Worten: Im Wettkampf der Städte zählt das Bild; das heißt, der Kampf um Reputation wird ikonografisch geführt. Stadtentwicklung bedeutet vielfach, ein unterscheidbares Stadtbild zu schaffen bzw. zu stärken. Beispiel: Hamburg baut sich mit der Elbphilharmonie ein neues Wahrzeichen als Unterscheidungsmerkmal. Wolfsburg hat mit dem Phaeno einen neuen touristischen Anziehungspunkt geschaffen. Diese Leuchtturmprojekte als Solitäre sind Teil einer Stadt, aber sie ergeben noch keine Stadt.



Der Begriff der europäischen Stadt mit seinem vielzitierten Schönheitsideal Boulevard, Straße, Platz wird geprägt durch geschlossene Straßenräume und Platzanlagen, durch Wohnblöcke und Villen, Kirchen, Theater, Läden und Kneipen, durch gewachsene Viertel mit klein parzelliertem Nebeneinander von Gewerbe, Dienstleistung und Wohnen.

Die geradezu ergreifende Begeisterung (Lampugnani), mit welcher etwa toskanische Ortschaften wie Florenz, Siena, Arezzo oder San Gimignano besichtigt werden, ist allerdings mit fatalistischer Hoffnungslosigkeit gepaart. Sie gilt der Perspektive, etwas von der ästhetischen Qualität solcher Stadtbilder aus Mittelalter und Renaissance in der Architektur der zeitgenössischen Stadt verwirklichen zu können. Ich meine: Eine für die Menschen annehmbare, lebende Stadt wird nur diejenige, die ihre Identität bewahrt und sich ihrer spezifischen Baugeschichte vergewissert, indem sie das historische und städtebauliche Erbe und die architektonische Tradition als ihre kostbaren Gegebenheiten akzeptiert, aber auch weiterentwickelt. Kurz: Neues zulassen und Altes respektieren.

Nicht erst seit heute hat sich die Erkenntnis durchgesetzt, dass die Städte vorrangig im Inneren entwickelt werden sollten, statt in den äußeren Bereichen den städtebaulichen Flickenteppich zu vergrößern und weitere Entmischung zu fördern. Der Handel hat sich mit viel Erfolg beim Publikum in eigenständigen großflächigen Einkaufszentren eingehaust und das Stadtbild nicht nur in den Großstädten, sondern auch in den Mittel- und Kleinstädten verändert. So beschwört der Marktführer ECE mit seinen »Stadtgalerien« benannten Einkaufstempeln das »Come back« der City: »authentische Erlebnisse in lebendiger, städtischer Atmosphäre. Das ist es, wonach sich die meisten Menschen in Europa sehnen«.

- 1. Beispiel: Stadtschloss als Konsumtempel in Braunschweig als Tendenz des »Alles ist möglich«. Gleichwohl hat die Schlossrekonstruktion weitere Investitionen in der Innenstadt ausgelöst.
- 2. Beispiel: Stadtgalerie am Pferdemarkt in Hameln. Fügt sich laut Eigenwerbung in die gewachsene Stadtstruktur ein.
- 3. Beispiel: Ernst-August-Galerie in Hannover. Öffnet im Herbst 2008 ihre Pforten.

Es ist sicherlich richtig, dass der Trend eindeutig zurück in die Innenstädte geht. Dorthin, wo das Leben pulsiert, wo Kunst und Theater locken und wo der Handel blüht. Immer mehr Kommunen stärken deshalb ganz gezielt ihre zentralen Lagen und erleben eine wahre Renaissance der Stadtkultur. Jede Weiterentwicklung einer Stadt setzt allerdings voraus, dass der politische und wirtschaftliche Wille vorhanden ist, in die Stadt und ihre

(öffentlichen) Räume zu investieren, sie attraktiv zu gestalten, denn im harten Wettbewerb der Standorte wären allein die ökonomischen Folgen ein Desaster, wenn die Städte ihre Anziehungskraft verlieren würden. Beschränkungen können insbesondere bei Innenstadtlagen in der historischen Bausubstanz vorliegen. Die Kunst besteht darin, aus der Beschränkung heraus zu etwas Neuem zu kommen. Es muss konstatiert werden, dass Ziele und Lösungsansätze von Stadtentwicklungspolitik oft nur Makulatur bleiben, weil sie von der Realität des Faktischen überrollt werden. Die skizzierte Entwicklung erfordert langfristig orientierte Entwicklungskonzepte, die auf die erkennbaren sozialen und wirtschaftlichen Veränderungen reagieren. Ich fordere Räte und Bauverwaltungen in den Städten dazu auf, in Kooperation mit Architekten und Stadtplanern konsensfähige Planungen zu erarbeiten und deren Leitbilder unabhängig und mutig umzusetzen.

Es ist zu beobachten, dass zunehmend Stadtgebiete und große Einzelvorhaben in öffentlich-privater Partnerschaft zusammen mit Firmen und Entwicklungsgesellschaften geplant, bezahlt, betrieben und realisiert werden. Private Akteure spielen eine immer größere Rolle bei der Formulierung der Prioritäten der Stadtentwicklung, denn nichts wird gebaut oder umgebaut ohne ihre Initiative, ihre Aufträge und ihr Geld. Umso wichtiger sind die Rahmenbedingungen, die die Städte und Kommunen vorgeben und die Vehemenz sie umzusetzen.

Ich plädiere bei allen Formen der sogenannten Lastenverteilung für integrierte Stadtentwicklungskonzepte: Nur wenn Bürgerschaft und wichtige Akteure – und dazu gehören auch und insbesondere die Architekten, Land-

schaftsarchitekten und Stadtplaner – ausreichend einbezogen werden, sind die Ergebnisse auch politisch und baukulturell tragfähig und im Konfliktfall belastbar.

Die ehemalige Stadtbaurätin von München, Christine Thalgott, hat dazu auf dem UIA-Weltkongress für Architektur 2002 in Berlin gesagt: »Der hohe Stellenwert der Münchner Stadtgestalt, die Identifikation der Bürger mit ihrer Stadt, die Beteiligungsverfahren, die Durchführung von Wettbewerben, all dies subsumieren wir unter dem Oberbegriff der Planungskultur. Diese Planungskultur erleichtert es, den in der Politik und in der Verwaltung Verantwortlichen, die Bauherren und Investoren davon zu überzeugen, dass die Maximierung ihres Eigennutzens nicht gleichbedeutend mit der besten Lösung für die Stadt als Ganzes und deren Menschen sein muss.«

Beispiel: Neue Straße in Ulm

Zwei Grundstücke sind an private Investoren unter der Bedingung vergeben, die Qualität der Architektur per Gutachterverfahren (sprich Wettbewerb) zu entscheiden, auf einem dritten entstand die Kunsthalle des Sammlers Weishaupt. Die Verständigung darüber wurde wie folgt erarbeitet: Ein Verkehrsentwicklungsplan – gemeinsam mit der Stadt Ulm konzipiert – ergab, dass durch andere verkehrliche Maßnahmen ein Rückbau denkbar ist. Es begann ein langer, ergebnisoffener Findungsprozess zur Zukunft Neue Straße »mit Innenstadtforum, Diskussionsveranstaltungen, Architektenworkshop, Architektenwettbewerb, Ausstellungen, Rahmenplanung, Bebauungsplan, immer mit Bürgerbeteiligung«.



Nachdem die grundlegenden Entscheidungen gefallen waren, beschloss der Gemeinderat ein Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit für die Realisierungsphase: im Mittelpunkt stand die Infoplattform mit Infobox direkt über der Baustelle und über den (in diesem Fall) bedeutenden archäologischen Grabungen, die mit den Baumaßnahmen im Takt ablaufen. Das bauliche Ergebnis: Architekturen, die im besten Sinne alltagstauglich sind! Was lehrt das Projekt der Ulmer »Neuen Mitte«?

In konzentrierter Anstrengung kann es gelingen, auch schwere Fehler und Risse – sprich Bausünden – im Gewebe der Stadt zu korrigieren. Aber: Kann es der zeitgenössischen Architektur gelingen, Stadträume in jener Qualität zu schaffen, wie sie die Baugeschichte kennt? Und hat Architektur, die sich ohne Effekthascherei einlässt auf Nachbarschaft und urbane Kontexte, im lauten Wettbewerb um Aufmerksamkeit überhaupt eine Chance?

In Ulm korrigierte man einen typischen Planungsfehler der Nachkriegszeit und überbaute eine weit überdimensionierte Verkehrsschneise, welche als »Neue Straße« das im Krieg schwer beschädigte historische Zentrum nahe dem weltberühmten Münster jahrzehntelang durchtrennt hatte. Und zwar mit einem »schönen Stück Stadt«, wie der Kritiker Christian Marquardt in der Bauwelt schreibt. Und weiter: »Kaufhaus, Bank, private Kunsthalle, alles errichtet über einer großen Tiefgarage mit freundlicher Gestaltung. Ergebnis: Neue Freiräume wohl proportioniert, Architektur maßstabsgerecht. Weder nostalgisch noch rabiät in ihrer Modernität.« Marquardts Fazit: »Die Ulmer werden seither im Umgang mit moderner Architektur immer souveräner.«



Eine oft gestellte, aber bis heute nicht beantwortete Frage ist, warum es Bauherren – private wie öffentliche – gibt, die Wert auf hohe gestalterische Qualität bei ihren Bauten legen. Und warum es Bauherren gibt, die das nicht tun. Dabei lässt sich an konkreten Beispielen belegen, dass sich baukulturelle Investitionen »rechnen«:

- Die Investition einer Kommune in einen Gestaltungsbeirat sorgt für eine höhere gestalterische Qualität und begünstigt die Anwerbung von Investoren.
- Der Bau von qualitätsvollen Arbeitsplätzen erhöht die Zufriedenheit der Mitarbeiter und damit ihre Arbeitseffektivität und senkt den Krankenstand.
- Mit qualitätsvoller Gestaltung und entsprechenden Verfahren verdient ein Investor gezielt Geld.

Der Hamburger Investor Dieter Becken: »Gute Architektur lässt sich leichter vermieten als schlechte Architektur. Die Marktsituation heute ist so, dass man nicht – alles – bauen kann, und es wird einem aus der Hand gerissen; heute muss man eine gute Architektur machen. (...) Eine Investition in gute Architektur ist einfach rentabler! (...) Wettbewerbe sind das ideale Mittel, eine optimale Architektur für einen bestimmten Standort in einer ganz bestimmten Zeit zu bekommen.«

»Wenn man als baukulturelle Qualität eine bestimmte Verfahrensqualität (Wettbewerbe) sieht, die zu einem hohen gestalterischen Ergebnis führt, dann ist der wirtschaftliche Aufwand gerechtfertigt. Eine hochwertige



Planung, ein Wettbewerb mögen im Vorfeld Kosten verursachen, sparen aber langfristig Zeit und Kosten ein und führen zu einer größeren Identifikation der Bürger mit ihrer gebauten Umwelt« (Gert Kähler).

Was wir brauchen ist ein Umdenken: Der niedrigste Preis für eine Planungs- oder Bauleistung ist keine Qualität, sondern nur – der niedrigste Preis. Gesamtkostenrechnungen über die Lebensdauer eines Gebäudes zeigen, dass ein hohes Qualitätsniveau nicht mehr Geld kostet, sondern weniger. Aber selbst wenn das anders wäre, wenn ein höheres Qualitätsniveau tatsächlich mehr kosten würde – sollte man dann nicht dennoch nachhaltig, schön, langlebig und nach fairen Auswahlverfahren bauen? Meine eindeutige Antwort: Ja.

Baukultur setzt die Bereitschaft voraus, Öffentlichkeit zu suchen, diese zu beteiligen und Mehrheiten zu gewinnen. Die Instrumente und Verfahren, z. B. der Leistungswettbewerb, haben sich als praktizierte Baukultur bewährt. Es gilt aber auch: Kein Wettbewerbs- oder Gutachterverfahren, kein offenes Planungsverfahren und keine Bürgerbeteiligung kommt ohne zusätzlichen Einsatz der verantwortlich Handelnden und ohne finanziellen Aufwand aus.

Das Bewusstsein, in Konkurrenz zu anderen Kommunen zu stehen, von potenziellen Investoren beobachtet, intensiv analysiert und in »Städte-Rankings« verglichen zu werden, zeigt Wirkung. Und die Würdigung besonders anzuerkennender Ergebnisse bei der Gestaltung baulicher Umwelt durch Bauherrenpreise, vielfältige Wettbewerbsverfahren und Einbeziehung der Medien erzeugen Außenwirkung, steigern die Attraktivität und

den Bekanntheitsgrad der Städte und Gemeinden, schaffen mit guter Architektur auch touristische Ziele und erhöhen so die Bereitschaft der privaten Akteure, sich zu engagieren.

Ich bin überzeugt, dass die meisten Menschen sich für ihre gebaute Umwelt interessieren. Veränderungen im räumlichen Umfeld und im Stadtbild werden wahrgenommen, jedes neue Stück Architektur wird kommentiert. Wie sehr allein schon ein Bild die Fantasie der Bürger bewegen kann, zeigt das Beispiel der Elbphilharmonie in Hamburg: Die Architektur erweist sich dort als politische, als öffentliche Macht – ein einziges Bild, eine die Fantasie beflügelnde Idee initiiert so starkes bürgerliches Engagement, dass die Realisierung eines solchen Leuchtturmprojektes erst ermöglichte.

Architektur als Sensation und Identifikationsideal – und das ist das Konstrukt Elbphilharmonie in der Tat – wird häufig als Marketinginstrument eingesetzt. Das ist nicht neu: Es gab immer Städte, die Architektur als Teil ihres Images gezielt förderten.

Der Unterschied zwischen den Bauten der Medici in Florenz, dem höchsten Turm einer Kathedrale in Beauvais, dem Bau einer Gruppe von Lagerhäusern als mittelalterliche Speicherstadt in Hamburg dem Anzeiger-Hochhaus oder dem Kuppelsaal der Stadthalle in Hannover, und heutigen Architektur-Events liegt – nicht immer, aber doch erkennbar häufig – darin, dass in letzteren Architektur nur noch auf die Funktion des Spektakulären reduziert wird. Vorausgesetzt, das »Produkt« erregt Aufsehen, ist mediengerecht inszeniert und ihr Entwerfer gehört zu den internationalen Stars. Frank Gehry in Bilbao, aber auch in Hannover; Norman Foster in Duisburg;

Zaha Hadid in Wolfsburg. Städte schmücken sich gerne mit den Solitären der Pop-Ikonen der Baukunst als Beitrag zur regionalen Wirtschaftsförderung und zur Ankurbelung des Kultur-Tourismus.

So weit, so gut. Doch diese elitären Inkunabeln geraten leicht zu Zerrbildern der Wirklichkeit angesichts der Ödnis in vielen Innenstädten, die unter Kaufkraftschwund leiden und händeringend nach Investoren suchen und im Ernstfall nehmen, was kommt. Um das zu verhindern, gilt es, Strategien und Handlungskonzepte zu entwickeln, um die Innenstädte mit einem ausgewogenen Nutzungsmix aus Wohnen, Einkaufen und Arbeiten zu stärken und dafür die städtebaulichen und architektonischen Rahmenbedingungen zu schaffen.

Wir, die Architekten und Stadtplaner, fordern eine »Qualitätsallianz« im Sinne einer gemeinsamen Strategie mit dem Ziel, die bestmögliche Lösung für die jeweilige Aufgabe zu erzielen. Hierzu ist es erforderlich, dass sich die Akteure der Innenstädte gemeinsam mit den Bauverwaltungen und den Architekten und Stadtplanern in einen kontinuierlichen Dialog begeben. Insbesondere der Handel ist – im eigenen Interesse – aufgefordert sich seiner Verantwortung für die Gestalt unserer Innenstädte bewusst zu werden. Städte und Kommunen sollten die Umsetzung der eigenen Gestaltungsrichtlinien konsequent verfolgen und in Problemfällen gemeinsam mit dem Bauherrn Lösungen erarbeiten. Niemals darf aber das Ziel des Investors über das städtebauliche Leitbild gestellt werden. Letztlich ist es das Bild der europäischen Stadt, das wir alle schätzen und erhalten, aber auch weiterentwickeln wollen.

Ich hoffe jedenfalls, dass die Potenziale der Öffentlichkeit, der politischen Instanzen, der Verwaltung, der Investoren, der Planer und Architekten zu einer Planungskultur führen, die gegenseitiges Vertrauen und Dialogbereitschaft ermöglichen. Und das sich die apodiktische Erkenntnis durchsetzt, dass Städte – mit oder ohne Wahrzeichen – immer unvollkommen sein werden, dass sie einem ständigen Wandel ausgesetzt sind und dass jede Zeit ihre Zeichen hinterlässt. Ich würde mich freuen, wenn unsere Städte mit der Auslobung von Wettbewerben neue Zeichen setzen und sich als Hort der Baukultur beweisen.







Dr. Sid Auffarth

Nach Maurerlehre und Architekturstudium
30 Jahre lang Forschung und Lehre an der Universität Hannover.

Arbeitsschwerpunkte: Stadtbaugeschichte
und Stadtbaugeschichten des 19. und 20. Jahrhunderts
und Bürgerbeteiligung in der Stadtplanung.

Als Hannoverkenner und Bürgeranwalt im
Bürgerbüro Stadtentwicklung aktiv.



Achim Balkhoff

Geboren am 14. Juli 1952 in Hildesheim

1971

Nach dem Besuch des Scharnhorstgymnasiums
zweijährige Ausbildung zum Schriftsetzer

1973

Fachhochschule Design (Werkkunstschule)
Hildesheim, dazu freie journalistische Mitarbeit
»Hildesheimer Presse« und »Hildesheimer
Allgemeine Zeitung«

1976

PR-Arbeit und Volontariat Burda Verlag,
Offenburg

1980

Redakteur Goslarsche Zeitung

1990

Redakteur Harzburger Zeitung

1991

Redakteur Hannoversche Allgemeine Zeitung

Seit 2001

zuständig für das Redaktionsmarketing der HAZ

Oktober 2007

Zunächst zweijährige Freistellung durch die
Verlagsgesellschaft Madsack für den Aufbau
der Hannover-City GmbH



Uwe Bodemann

Geboren am 27. Mai 1955 in Lönningen, Landkreis Cloppenburg

1974
Abitur

1975–1978
Studium an der Fachhochschule Oldenburg,
Fachbereich Bauingenieurwesen

1979–1985
Studium an der Universität Hannover,
Fachbereich Architektur

1987–1989
Referendariat bei der Oberfinanzdirektion Köln,
Abschluss mit der II. Staatsprüfung

1990
Freie und Hansestadt Hamburg, Amt für
Stadterneuerung und Wohnungspolitik

1990–1994
Freie Hansestadt Bremen, Stadtplanungsamt

1994–2002
Freie und Hansestadt Hamburg, Persönlicher
Referent des Oberbaudirektors, Sachgebiets-
leitung für Sonderprojekte, Leitung der Projekt-
gruppe HafenCity Hamburg

2002–2007
Freie Hansestadt Bremen, Senatsbaudirektor

Seit Januar 2008
Stadtbaurat der Landeshauptstadt Hannover

Mitglied im Aufsichtsrat der Gesellschaft für
Bauen und Wohnen Hannover mbh (GBH)

Mitglied im Bau- und Verkehrsausschuss des
Deutschen Städtetages



Armand Grüntuch

Geboren 1963 in Riga/Lettland

Studium
Diplom mit Auszeichnung RWTH Aachen

Stipendium
DAAD-Jahresstipendium in Venedig
Istituto Universitario di Architettura

Berufserfahrung
Büro Norman Foster, London 1987–1989
Flughafen Stansted
Bürogründung Februar 1991 in Köln

Lehrtätigkeit
Hochschule der Künste, 1991–1995
Fachbereich 2 – Architektur
Institut: Entwerfen und Baukonstruktion

Generalkommissar des deutschen Beitrages
für die 10. Internationale Architekturbiennale
in Venedig, 2006



Prof. Dr. Dieter Hassenpflug

Geboren 1946 bei Harare (Salisbury) in Simbabwe (Süd-Rhodesien) und aufgewachsen in Süd-Afrika;

Studium der Volkswirtschaftslehre, Soziologie und Philosophie an der Freien Universität Berlin und der Technischen Universität Berlin;

Promotion zum Dr. phil. und Habilitation an der Universität Kassel;

Lehrtätigkeit an der Fachhochschule für Wirtschaft in Berlin, an der TU Berlin, der Universität Kassel und an der J. W. Goethe-Universität Frankfurt/M.

Seit 1993
Prof. für Soziologie und Sozialgeschichte der Stadt an der Bauhaus-Universität Weimar

1995 – 2000
Kurator bei der EXPO 2000 Hannover

1998 – 2005
Mitglied des Regionalen Planungsbeirates der Regionalen Planungsgemeinschaft Mittel-

thüringen als Vertreter der Thüringer Rektorenkonferenz

1999 – 2006
Direktor des Instituts für Europäische Urbanistik (IfEU) an der Fakultät Architektur der Bauhaus-Universität Weimar, Urheber des 1999 eröffneten Masterstudiums »Europäische Urbanistik«

2004 – 2008
Projektleiter des vom DAAD geförderten Doppel-diplom Studiums »Integrated International Urban Studies« (IIUS) in Kooperation mit der Tongji-Universität Shanghai und Projektleiter des internationalen Promotionsprogramms »Europäische Urbanistik« (IPP), gefördert im PHD-Programm von DFG und DAAD von 2002 – 2007

1998 – 2005
Mitglied des Regionalen Planungsbeirates der Regionalen Planungsgemeinschaft Mittelthüringen als Vertreter der Thüringer Rektorenkonferenz

Mitgliedschaften: Sektion Stadt- und Regionalsoziologie der Deutschen Gesellschaft für

Soziologie (DGS), internationale Forschungsschwerpunkte auf den Gebieten der urbanen Semiologie, des öffentlichen Raums, der europäischen Stadtgeschichte und des chinesischen Urbanismus.



Jens Imorde

Studium: Soziologie, Musikwissenschaften, Neue Geschichte, Wirtschaftswissenschaften, Politikwissenschaften, Erziehungswissenschaften, an den Universitäten Münster, Bielefeld und Köln, Abschluss Magister Artium

Seit 1993
Geschäftsführender Gesellschafter der Imorde, Projekt- & Kulturberatung GmbH

1995–1996
Geschäftsführer des Büros für Freie Kulturarbeit des Landes Nordrhein-Westfalen mit Sitz in Dortmund

2000–2006
Geschäftsführer des Landesbüros Stadtmarketing Nordrhein-Westfalen mit Sitz in Bocholt

Seit 2006
Geschäftsführer der Lewill GmbH



Lars Loebner

Geboren 1970 in Berlin

1987–1990
Berufsausbildung als Baufacharbeiter

1991–1997
Architekturstudium TU Berlin/ ETH Zürich

1997–1998
DAAD Stipendium für Nachdiplomstudium an der ETH Zürich (CAAD)

1998–2000
Referendariat am Sächsischen Staatsministerium des Innern, Dresden und der Obersten Bayerischen Baubehörde, München

2000–2001
Stellvertretender Abteilungsleiter Stadtplanungsamt Regensburg

2001–2002
Consultant der GTZ in Addis Abeba, Äthiopien

seit 2002
Leiter Gestaltung öffentlicher Raum, Stadtplanungsamt Leipzig

seit 2003
Stellvertretendes Vorstandsmitglied der Lighting Urban Community International (LUCI), Lyon

seit 2005
Gast in der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen (FGSV), Arbeitsgruppe Straßenraumgestaltung

Eigene Wettbewerbserfolge bei European 5 und 6 (Ankauf/ lobende Erwähnung) und internationalen Workshops (1. Preis Neue Mitte Jurmala, Lettland mit Knebel-von Wedemeier Architekten)

Vorlesungen, Vorträge und Workshops an der TU München/TU Dresden, in Addis Abeba (Äthiopien) und Pune (Indien)

Autor in diversen Publikationen



Jürgen Mayer H.

Geboren am 30. Oktober 1965

1986–1992

Universität Stuttgart, Diplom Fachrichtung
Architektur/Städtebau, Architekturfakultät,
Stuttgart

1990–1991

The Cooper Union, Stipendium als Gaststudent,
an der Irwin S. Chanin School of Architecture
New York, USA

1992–1994

Princeton University, School of Architecture,
Princeton, New Jersey, USA

1996–2001

HDK Berlin, Wissenschaftlicher Mitarbeiter

2000

Harvard University, gsd, Boston/USA,
Gastprofessur

2001–2002

UDK Berlin, Lehrauftrag

2002

ETH Zürich, Workshop mit Lehrstuhl
Prof. M. Angelil

Seit 2002

Kunsthochschule Berlin, Gastprofessur

2003

Harvard University, gsd, Boston/USA,
Gastprofessur

2003/2004

Architectural Association, London

2004/2005/2006

Columbia University, New York

2006

Metropolis, Barcelona

2008

Toronto University



Dr. Jons Messedat

Geboren 1965 in Köln

Studium in Aachen, Stuttgart und als Stipendiat
der EU in London

1991

Diplom Industriedesign an der Staatlichen
Akademie der Bildenden Künste Stuttgart
Auszeichnung vom Design Center Stuttgart

1992

Diplom Architektur an der Universität Stuttgart

1993–1997

Mitarbeit im Büro von Sir Norman Foster & Part-
ners in London und Berlin, Umbau des Reichs-
tagsgebäudes zum Sitz des Deutschen Bundes-
tages in Berlin

1998–2003

Wissenschaftlicher Assistent an der Bauhaus-
Universität Weimar, Promotion zum Thema
»Corporate Architecture als Baustein im System
der Corporate Identity«



Mechthild Ross-Luttmann

seit 2004

Gründung des Instituts für Corporate Architecture in Stuttgart; Zahlreiche Veröffentlichungen zum Themenkomplex Corporate Architecture; Lehraufträge an Hochschulen in Deutschland und in der Schweiz

Vorträge, Moderationen und Seminare für Institutionen wie die Architektenkammern, den Kulturkreis der deutschen Wirtschaft im BDI und den Rat für Formgebung

Geboren am 13. April 1958 in Burgsteinfurt (Nordrhein-Westfalen), verheiratet mit Landrat Hermann Luttmann seit 1989, drei Kinder im schulpflichtigen Alter.

Nach dem Abitur Studium der Rechtswissenschaften in Münster, Referendarausbildung im Oberlandesgerichtsbezirk Hamm.

1986

Zweites Juristisches Staatsexamen

1987–2003 Kreisverwaltungsdirektorin beim Landkreis Rotenburg, zuletzt zuständig für die Bereiche Gesundheitswesen, Jugend und Soziales.

Seit 1989

Mitglied der CDU

1992–1996

Mitglied im Vorstand von Gemeinde- und Kreisverband der Frauen-Union in Rotenburg (Wümme)

1997–2001

Vorstandsmitglied des CDU-Gemeindeverbandes Rotenburg (Wümme)

Seit 2003

Mitglied des Niedersächsischen Landtages, Beratendes Mitglied des CDU-Gemeindeverbands-Vorstands, sowie des Kreisverband-Vorstands

Seit 2004

Mitglied im geschäftsführenden Vorstand der Kommunalpolitischen Vereinigung der CDU Niedersachsen

März bis Dezember 2005

Sozialpolitische Sprecherin der CDU-Fraktion im Niedersächsischen Landtag

Seit Dezember 2005

Niedersächsische Ministerin für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit



Lutz Schleich

Geboren am 21. Juni 1947 in Köthen

1968–1975

Architekturstudium an der TU Hannover,
Diplom Prof. F. Spengelin, Hannover

1976

Städtebaureferendar in Hannover

1979

Geschäftsführer der Deutschen Akademie
für Städtebau und Landesplanung e. v.
bei Prof. Dr. Ing. e. h. R. Hillebrecht Hannover

1979–2007

Kunst – Architektur – Städtebau Wettbewerbe
im In- und Ausland

1981

Bürogründung ag Horizont Hamburg

1982

Bürogründung a + a Hannover Projektbetreuung
in Jordanien und Irak

1985–1991

Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für
Städtebau, Wohnungswesen und Landesplanung
TU Hannover

1986

Preisträger Villa Massimo Rom

1988–1989

Aufenthalt in Rom

1991

Bürogründung Kellner Schleich Wunderling
Architekten Stadtplaner BDA dwb Hannover

1992–2007

Engagement im Landeswettbewerbsausschuss
und Städtebau- und Landesplanungsausschuss,
Lehrtätigkeit an unterschiedlichen Hochschulen,
Fachpreisrichter bei Architektur- und Städtebau-
Wettbewerben, zahlreiche Auszeichnungen,
Anerkennungen und Preise in Architektur, Kunst,
Städtebau

Seit 2007

Vorsitzender des Landeswettbewerbs- und
Vergabeausschusses der Architektenkammer
Niedersachsen



Wolfgang Schneider

Geboren 1948 in Fredeburg, verheiratet, 3 Kinder

1967–1971

Studium FH Höxter; Ing.-grad.

1971–1975

Studium der Architektur TU Berlin

1975

Diplom mit Auszeichnung

1975–1976

Wissenschaftlicher Mitarbeiter TU Berlin

1976–1984

Wissenschaftlicher Assistent,
Architekturfakultät Universität Hannover

1985–1989

Mitarbeit im Büro Graaf-Schweger + Partner,
Leitung Büro Hannover

1990

Partner im Büro Architekten Schweger + Partner

1997–2007

ASP Schweger Assoziierte Gesamtplanung GmbH
Geschäftsführender Gesellschafter

1999–2003

Landesvorsitzender BDA Niedersachsen

2000

Mitglied des Vorstandes der hamburgplan AG

2003

Präsident der Architektenkammer Niedersachsen

2006

ASP Architekten Schneider Meyer Partner,
Hannover

2007

Vorsitzender des Vorstands der Lavesstiftung

Zahlreiche Preise, Realisierungen und Veröffentlichungen sowie Preisrichter in diversen Wettbewerbsverfahren.



Ingeborg Wiensowski

Geboren 1952 in Klüden (DDR)

erste Jahre in Magdeburg
seit 1960 in der Bundesrepublik

viele Umzüge durch berufliche Veränderungen =
Karriere des Vaters, viele Schulen

1972

Abitur in Wolfsburg

immer: Beiträge und Mitarbeit bei Schüler-
zeitungen, beim Unimagazin, verschiedenen
Studentenzeitungen, der Stadtzeitung in
Braunschweig

1973/74–1981

Studium der Architektur an der TU Braunschweig,
davon ein Jahr an der Cornell University/USA

1982–1985

Büro Westermann Braunschweig, Büro Guisepe
Balercia, Ancona/Italien, Wettbewerbe

1986–1990

Studienberatung an der TU Braunschweig

1990–1995

freie Redakteurin beim Kunstmagazin ART und
Beiträge in verschiedenen Magazinen wie Stern,
Vogue, Süddeutsche Zeitung/Magazin, für den
Taschen-Verlag: »Berlin Interior«

seit 1990 bis heute

Mitarbeit bei verschiedenen großen Kunstaus-
stellungen wie »Schwereelos« (Berlin, Schloss
Charlottenburg), »Amerikanische Kunst im
20. Jahrhundert« (Berlin, Martin-Gropius-Bau),
»Deutschlandbilder« (Berlin, Martin-Gropius-
Bau), »Preis der Nationalgalerie für junge Kunst«
(Berlin, Nationalgalerie)

seit 1995

Redakteurin bei DER SPIEGEL/Kultur/SPIEGEL
und »Reporter« (Herausg.: SPIEGEL Verlag, inzwi-
schen eingestellt)



Oliver Witan

Geboren 1966

1991–1992

Auslandsstipendium an der »Università degli
Studi di Firenze«

1995

Architekturstudium TU Darmstadt, Diplom

Assistenz an der TU Darmstadt (FB Architektur),
Lehrstuhl für Plastisches Gestalten, Lehrauftrag
an der TU Darmstadt (FB Architektur), Lehrstuhl
für Tragwerksplanung, Prof. Weischede,
Lehrauftrag an der HfG Offenbach (FB Produkt-
design) Preisrichtertätigkeit.

Projekte (Auswahl)

2003

U-Bahnlinie 5 in Peking, Wettbewerb erster Preis,
Neubau der oberirdischen Station Da-Yang-Fang,
Bearbeitungsstand LP2, vorr. Fertigstellung 2008

2004–2005

Haus X, Wettbewerb erster Preis, Neubau eines
Wohnhauses in Nürnberg, Fertigstellung 12/2005

2004–2007

Gemeindezentrum in Mannheim, Wettbewerb erster Preis, Neubau eines Gemeindezentrums, Fertigstellung 10/2007

2005

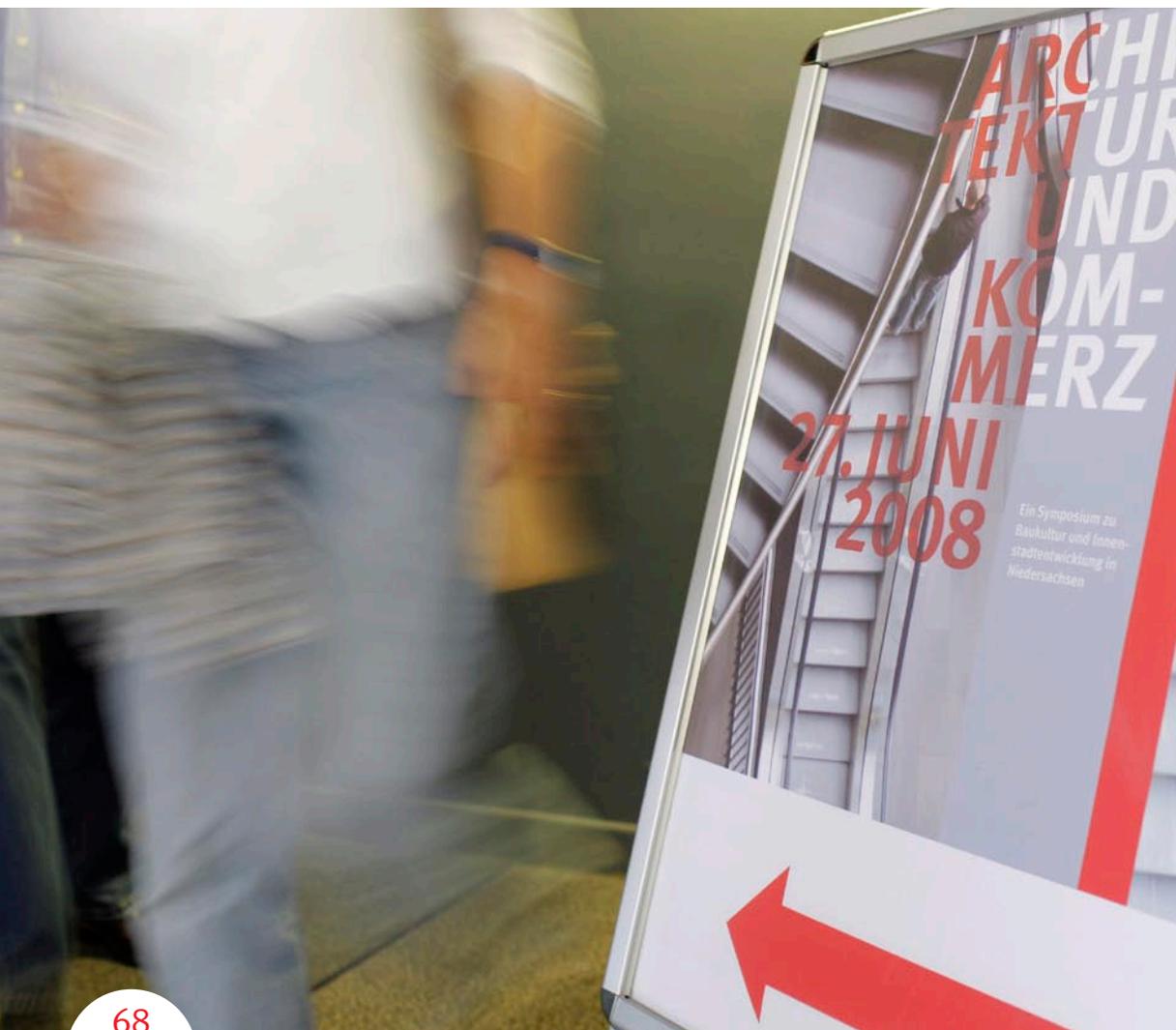
U4 Hafencity Hamburg, Haltestelle Überseequartier Wettbewerb, Investorenauswahlverfahren erster Preis, Neubau einer unterirdischen Haltestelle, Bearbeitungsstand LP5, vorr. Fertigstellung 2011

2006

Brücke am Mozartturm in Darmstadt, Wettbewerb erster Preis, Neubau einer Fuß- und Radwegbrücke, derzeitiger Bearbeitungsstand LP3, vorr. Fertigstellung 2009

2006

Lutherhaus in Hockenheim, Wettbewerb erster Preis, Umbau und Sanierung einer ehemaligen Kirche in ein Gemeindehaus, Fertigstellung 2009



Herausgeber
Niedersächsisches Ministerium
für Soziales, Frauen, Familie und Gesundheit
www.ms.niedersachsen.de

Architektenkammer Niedersachsen
www.aknds.de

Redaktion Lars Menz
Korrektur Marlies John
Gestaltung Karin Dohle, Braunschweig
Fotos Kai-Uwe Knoth, Hannover
Titelbild Photocase.com, Christian Gode
Druck xxx

Hannover, September 2008
Diese Broschüre darf, wie alle Broschüren
der Landesregierung, nicht zur Wahlwerbung
in Wahlkämpfen verwendet werden.

