

Stadtentwicklung Innenstadt oder wie entsteht Urbanität?

Rückblick

Als vor beinahe 10 Jahren das Schlosshöfe-Projekt in die Diskussion kam, war mir diese gesichtslose Baumasse schon unsympathisch. (In einem Brief an Hans-Richard Schwartz schlug ich – natürlich außer Konkurrenz und chancenlos – stattdessen eine Reihe von freistehenden Einzelbauten mit ausgeprägter Gestaltung vor, die unter ihren Dächern Entdeckungen zu spezifisch oldenburgischen Themen ermöglichen sollten.) Warum haben wir nicht etwa ein Haus des Fahrrades, ein Haus des Pferdes, ein Haus des Grünkohls, ein Pladdütsch Huus ...? Angebote verschiedener Partner wie Information, Verkauf, Ausstellung und Gelegenheit zu eigenem Probieren, mit wechselnden Programmen und interessant für Einheimische wie Besuchende. Naiv und weltfremd, denn das rechnet sich doch nicht?

Jetzt haben wir unser schönes ECE mit wenig eigenständigem Besatz und nachlassendem Zulauf, während die Geschäfte der Innenstadt an Profil verlieren. Alternativlos?

„Echt ist selten“

dichtet Ringelnetz in Bezug auf Städte. Und wirklich, der Ruf oder gar Ruhm einer Stadt ist nicht nach Marketingwünschen am Reißbrett (und auch nicht virtuell in 3D) zu konstruieren, er muss auf persönlicher, eigenständiger Grundlage und im Dialog zwischen Tradition und Fortschritt zu der Gestalt werden, die unmerklich in Charakter übergeht. Das kann dauern und auch schief gehen. Imagebildung braucht nicht nur Substanz, sondern auch Geduld, deshalb sollten wir rechtzeitig ungeduldig werden mit dem jetzigen Zustand.

Culture beats strategy

Deutsch gesagt: Bloße Phrasen zum Thema Urbanität sind nicht geeignet, eingewurzelte Befindlichkeiten aufzustören. Echte Veränderungen setzen mindestens dreierlei vor aus:

1. den Schritt von Aktionen zu Konzeptionen – Strategiedenken,
2. die Erkenntnis, dass „die Politik“ nicht alles kann – Eigeninitiative,
3. den Entschluss, Identität wahrzunehmen und kreativ umzusetzen – Mut zur Eigenart.

Pläne, Gutachten und Konzepte können nützlich sein. Sie lösen aber nicht das Problem, dass wir die wahren Werte unserer Innenstadt haben verkommen lassen, es großer Mühe bedarf, sich dessen bewusst zu werden, um sie dann aktuell zu beleben.

Legitim, aber ungenügend

ist die reflexhafte Forderung nach besserer Erreichbarkeit des Zentrums. Sie lenkt davon ab, dass es zum bloßen Einkaufen reichlich Alternativen in und um Oldenburg gibt. Nein, deutlich gesteigert werden muss die Aufenthaltsqualität, dann haben Besuchende auch gute Gründe, die gegebenen Zuwegungsformen anzunehmen. Dazu muss sich das Zentrum gründlich wandeln, von einem Einkaufsareal unter vielen zu einem Ort, wo sich Besonderes konzentriert.

An den Straßen der in die Jahre gekommenen Fußgängerzone, wo heute entwertende Rabattschlachten unter Filialisten stattfinden, sollte mehr Wettbewerb durch die Alleinstellung von Ideen und Angeboten das Bild bestimmen. Jeder Anlieger trägt da Verantwortung.

Was das Display zu Hause nicht hergibt,

was der Paketfahrer nicht liefern kann, das allein wird den Reiz einer lebendigen City in Zukunft ausmachen. Aspekte, die in ortstypischer Kombination als aussichtsreich erscheinen:

Fachkompetenz

mit Kundenorientierung war das klassische Merkmal von inhabergeführtem Einzelhandel und Gastronomie. Persönliche Beratung und Betreuung können Vertrauen schaffen und einem abnehmenden Qualitätsdenken entgegen wirken. Die City als Zentrum von Know-how und Auswahl wäre ein gutes Ziel.

Atmosphäre

mit unverwechselbarer Identität, die sich in Architektur (Denkmalschutz), Straßenbild (individuelle Werbung statt Logo-Langeweile) und vor allem in Branchenmix und Angebotsstruktur zeigt. Das wären Grundlagen für eine

Erlebnisvielfalt,

die über den reinen Einkauf hinausgeht. Dienstleistung, Unterhaltung und Eigenaktivität, Niveau in Kommerz wie Kultur, individuelle Aktionen und eine hohe Servicequalität sind allerdings vorauszusetzen.

Begegnungen

mit interessanten Menschen und Programmen sind mehr Wert als abgearbeitete Einkaufslisten. Hier haben Anlieger und Stadtverwaltung Gelegenheit zur Zusammenarbeit, um Anlässe mit Konzept und Charakter zu fördern, mit bewusst regionaler Komponente.

Was ist typisch? Oder: Provinz, provoziere!

Oldenburger sollten ihre regionale Kultur und Lebensart im Stadtbild nicht nur gelegentlich erscheinen lassen, sondern institutionalisieren – als Alternative zum Einheitsbrei des Konsumierens. Bevor man das aber anderen vermittelt, muss das eigene Bewusstsein dafür vorhanden sein. Das ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Kultur, Kaufleute, Vereine, Veranstalter, Gastronomie, natürlich auch Parteien und Stadtverwaltung sollten sich zusammenfinden, notfalls zusammenraufen. Sonst droht weiteres Abgleiten in belanglosen Durchschnitt. Nur einmal im Jahr regt man sich doch mal auf, weil wieder wer seinen Anteil an der Weihnachtsbeleuchtung sparen will.

Nein, Geiz ist immer noch nicht geil, sondern stupide. Ein neues Selbstbewusstsein und frischer Mut zur Profilierung sind von allen gefragt. Denn Urbanität ist weder gottgegeben noch einklagbar. Sie kann nur auf guten Gründen beruhen, darf sich aber nicht darauf ausruhen, sondern muss sich stetig neu erfinden. Es ist mal wieder an der Zeit!

Ivo Kügel

24.08.17