

Wo sich Identität im Konsum findet

Einkaufszentren sehen heute in vielen Innenstädten gleich aus. Demnächst auch in Suhl.

VON SILKE REIFENBERG

Einst Sinnbild der sozialistischen Umgestaltung, heute als Stil-Ikone einer Architekturepoche verehrt und als hässlicher Klotz verschmäht: Das einstige Centrum-Warenhaus steht für eine Suhler Geschichte aus Aufbruch und Niedergang. In diesen Tagen wird sie zu Ende erzählt: Das bekannte Haus wird zum Shopping-Center umgebaut.

SUHL – Ihren Anfang nahm diese Geschichte, als die SED die Stadt Suhl, die mit Bergbau und Waffenproduktion nie zu wirklicher Größe gelangt war, Anfang der 50er Jahre zur Bezirkshauptstadt auserkor. Architekten, Stadtplaner und Künstler schufen einen Rahmenplan, um dem Stadtkern jenes fortschrittsbegeisterte Flair zu verpassen, von dem man glaubte, dass es einer modernen Großstadt zustehe.

Schon heute die Welt von morgen zu bauen war damals Vision der Stadtplaner – in Ost wie West. In der DDR war die Vision politisch aufgeladen: Platz für den sozialistischen Bürger. Wenn auch nicht zu dem Zweck, seine Gedanken frei entfalten zu können, aber doch seine Kreativität und Produktivität, zum Wohle der Gesellschaft. Während Wohnbauten republikweit typisiert aus dem Boden schossen, gaben Gesellschaftsbauten wie die Warenhäuser den Städten ein individuelles Gesicht.

Die ideale Moderne

In Suhl setzte man damals an die Stelle baufälliger Altstadtviertel ein modernes Ensemble aus Hochhaus, Stadthalle und Warenhaus. Möglich war der Umbau einer ganzen Innenstadt, weil auf Besitzverhältnisse oder Grundstücksgrenzen keine Rücksicht genommen werden musste. Ohnmächtig der Einzelne, die Fach- und Parteizirkel entschieden.

Das Ergebnis war fachlich perfekt: Ein Zusammenspiel einzelner Gebäude, wohlüberlegte Wege- und Blickbeziehungen, Wechsel zwischen Baumasse und Freiräumen – das neue Suhler Stadtzentrum verkörperte „die städtebaulichen Ideale der Moderne in Reinkultur“, schrieb jüngst das Fachblatt „Bauwelt“. Architekt Ulrich Wieler sah darin „die perfekte Geburt einer modernen Residenz“.

Im profanen Leben verkörperte das Kaufhaus ein Stück DDR-Alltagskultur. Der Rückblick fällt



Das Centrum-Warenhaus verlieh Suhl einst sein Gesicht – hier ein Bild aus DDR-Zeiten. Derzeit läuft der Umbau. FOTO: ARCHIV/KORNMANN

wehmütig aus und froh, diese Zeit hinter sich gelassen zu haben: Die langen Schlangen, wenn es einmal „etwas gab“. Wie man hier so manches gute Stück ergattern konnte, das man sonst nirgends bekam. Damals stimmte das Bild von der Einkaufsstadt noch, von weit her kamen Menschen ins Centrum-Warenhaus nach Suhl.

Doch dieser Teil der Geschichte ist nun, da mit dem Kaufhaus der letzte bedeutende Rest der nachkriegsmodernen Planung aus dem Stadtbild verschwindet, zu Ende erzählt. Willkommen im Marketing-Märchen der Gegenwart. Das neue Kapitel ist nüchtern und wenig träumerisch, viele Zahlen kommen darin vor und Worte wie Rentabilitätsvorschau, Customer Relationship und Kaufkraftanalyse.

Jeder kann alles überall jederzeit kaufen. Freie Gedankenentfaltung ist nun möglich, reichlich Platz aber ökonomisch nicht mehr tragbar. Und Baukultur rentiert sich nicht, glaubt man Stefan Fischer, dessen Weimarer Immobilienfirma Florana das leerstehende Haus erworben hat und den Umbau verantwortet: „Fensterlose Räume oder Läden im dritten Stock bekomme ich nicht vermietet.“

Darum werden die oberen zwei Geschosse abgetragen, die Aluminiumfassade des Metall-

gestalters Fritz Kühn verschrotet, die in Kunstkreisen gerühmte Beton-Wendeltreppe Waldo Dörschs zerschreddert. Der Bau bekommt eine Natursteinfassade angepasst und ein Parkhaus zur Seite gestellt, das sich zwischen Herrenteich und Waffenmuseum quetscht.

In seiner jetzigen, markanten und unverwechselbaren Form sei das Gebäude nicht wirtschaftlich zu betreiben, sagt der Investor. Er folgt der Logik der Einzelhandelsketten mit ihren gleichförmigen Filialen. Der zeitgemäße Stadtnomade findet Identität nicht mehr in seiner Umgebung, sondern in Konsum und Markenbindung. Die globalisierte Wandergesellschaft ist überall zu Hause, wo sie die vertrauten Markenzeichen findet. Also sehen Einkaufszentren überall gleich aus.

Hoffnung auf Leben

Wenn die sozialistische Stadt der Nachkriegsmoderne den Aufbruch in eine Utopie repräsentierte, in der der Einzelne in der Gemeinschaft aufgeht, in der Zusammengehörigkeit staatlich verordnet ist, wofür steht dann die Stadtentwicklung der Gegenwart? Im Städtebau hat der

Zufall die von Experten verantwortete Rahmenplanung abgelöst. Nicht mehr Architekten oder Planer entscheiden über das Gesicht der Städte, sondern Investoren.

Ein mehr oder weniger zufälliges Konglomerat von Bauten, nicht dem Zusammenspiel verpflichtet als vielmehr ein Einzelkämpfer jedes für sich. Verbindungen und gegenseitige Bezüge gibt es nicht. Ein Zeichen der Zeit? Und Zufall, dass sich viele Menschen ganz ähnlich beziehungslos fühlen? Unter den Suhlern jedenfalls war die Sorge um das Schicksal eines ihrer städtischen Wahrzeichen weniger ausgeprägt als die Hoffnung auf neues Einkaufs-Leben in der City. Jenseits der städtischen Gremien hat eine Debatte um die Veränderung des Stadtbilds kaum stattgefunden. Dies blieb auswärtigen Bau- und Kunst-Experten vorbehalten.

Die bemerkten das debattierlose Verschwinden des unverwechselbaren Centrums – für viele einer der bedeutendsten Handelsbauten der Nachkriegsmoderne – freilich mit Entsetzen. „In einem demokratischen Gemeinwesen ist es geradezu eine Verpflichtung, die Bürger der Stadt über derartige wichtige bauliche Veränderungen zu informieren, mit ihnen zu diskutieren und nach Abwägung aller

Möglichkeiten für alle Beteiligten eine zukunftsfähige Lösung zu finden“, schrieb der Bund Deutscher Architekten.

Luxus Baukultur

Eine Initiative „Suhler Moderne“ forderte alternative Planungen, um das Warenhaus doch noch in die Zukunft zu retten – ohne Resonanz in der Stadt. Wurde der Verlust der erinnerungsbeladenen Alu-Fassade einfach nebensächlich angesichts der nun erfüllbar scheinenden Sehnsucht nach einer lebendigen Shopping-Meile?

Baukultur, zumal moderne, so die unausgesprochene Mehrheitsmeinung, ist Luxus in einer Stadt, die froh über jeden Investor sein muss, und deren Bewohner ihre in Bauten ausgedrückte Identität nicht in der Tradition der einstigen Bezirksstadt wurzeln sehen. Aber wo sonst? Die Geschichte des Suhler Centrum-Warenhauses, dem dritten der DDR, ist zu Ende erzählt – ihre eigene Geschichte erzählt die Stadt weiter. Wie sich ihr Gesicht verändert, wie Spuren sich eingraben, wie Zeitzeugen bleiben oder verschwinden. Drohung oder Trost, eines ist gewiss: Fortsetzung folgt.