

Qualität für den „öffentlichen Raum“

Vor vollem „Haus“ referierte der Maastrichter Stadtsoziologe Dr. Hans Hoorn über Stadtplanung. Er empfahl Kleve und anderen Städten, in dieser Zeit scharfer Konkurrenz ihre Plätze und Straßen qualitativ hochwertig zu gestalten.

VON MATTHIAS GRASS

KLEVERLAND Die Konkurrenz zwischen den Städten ist groß. Es gibt Verlierer wie Vlissingen und Gewinner. Das sind Metropolen wie Berlin, Hamburg und Düsseldorf, aber auch mittelgroße Städte, die sich als schöne Städte einen Ruf gemacht haben, wie Maastricht oder Lyon. Und es gibt die kleinen Städte, die sich mühen müssen. „Städte unter 80 000 Einwohner haben kaum eine Chance“, sagt Hans Hoorn. Den Mann, der Maastricht in den 35 Jahren seiner Amtszeit als Stadtentwicklungschef zu einer der schönsten Städte der Niederlande machte, hatte das Wirtschaftsforum Kleverland eingeladen. Es mussten noch zusätzliche Stühle in den Vortragsaal des neuen Foyers der Stadthalle gestellt werden, um alle Besucher zu fassen: Städtebau ist in Kleve ein Thema, das zieht.

„Qualität, Qualität, Qualität“, predigte Hoorn in die Städte. Qualität, die von der Stadtverwaltung eingefordert werden müsse. „Die Verwaltung muss als Coach, als Regisseur die Fäden in der Hand halten. Sie muss mit den Bürgern einen Konsens finden“, sagte er. Aber er sagt auch: „Der Bürger muss gefragt werden, man muss ihm die Planung erklären, aber entscheiden darf er nicht.“ Das müsse die Politik. Und die müsse „Kopf und Kragen riskieren“ und auch einmal „Nein“ sagen. Als Beispiel für falsche Investorenplanung führte Hoorn das neue Geschäftszentrum in Kalkar an. Dort in Citylage Gebäude mit einer Architektursprache wie aus dem Industriegebiet zuzulassen, sei der falsche Weg. Der falsche Weg sei auch, sich vom Ruf nach Parkplätzen leiten zu lassen. „Parkplätze kommen auf der Attraktivitätsskala für Menschen, die eine Stadt besuchen, erst an neunter Stelle“, referierte er. So sei der große Parkplatz zwischen Hotel und Hochschule in Kleve sub-



Wie wichtig eine hohe Aufenthaltsqualität ist, zeigt der durch das neue Spoypalais aufgewertete Opslag. Mit der richtigen Gastronomie gepaart, pulsiert hier diesem Jahr das Leben.

RP-ARCHIVFOTO: GOTTFRIED EVERS

optimal. Wichtiger seien ein gutes Warenangebot, moderne Architektur von hoher Qualität und vor allem – ganz wichtig – ein gut gestalteter öffentlicher Raum. Hier ging der Fachmann mit der Stadt Kleve ins Gericht: der Platz vor der Stiftskirche habe keinerlei Aufenthaltsqualität. Auch die Große Straße könnte mehr bieten. Denn: „Der öffentliche Raum ist das Barometer einer Stadt“, sagt er. Kleves Entwicklung gehe klar in ein zwei Knoten-Modell: Unterstadt und Neue Mitte seien die „Zentren“, die man gut miteinander verbinden müsse.

Dieser öffentliche Raum dürfe nicht von privaten Interessen als

Schaufenster benutzt werden. Die Gestaltungssatzung für den öffentlichen Raum und für die Gebäude müssen das regeln. Hier lobte Hoorn den neuen Marc-O'Polo-Bau an der Großen Straße mit seiner Tür. „Manche machen sich ein Loch in die Fassade und stellen alles nach draußen – das ist der Beginn einer Negativspirale“, mahnte er.

Man solle keine Denkmäler, sondern moderne Häuser bauen, die sich ins Gesamtbild einfügen müssen. Zur Umsetzung empfahl Hoorn Gestaltungsbeiräte, die von auswärtigen Fachleuten besetzt seien. Er räumte ein, dass sich das Baurecht in Deutschland von dem in den Nie-

derlanden unterscheide: „In Deutschland gibt es die Baufreiheit, da muss man eben miteinander reden“, sagt er. Will sagen: Ein Gestaltungsbeirat kann sich hier auch als zahnlöser Tiger erweisen. Dennoch, so Hoorn auf Nachfrage: Er glaube, man habe hier allein Angst vor Neuem, wenn man sie nicht wolle.

Hoorn wiederholte in der Diskussionsrunde: Ganz vorne auf der Agenda muss die Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum stehen. Aus einer qualitativ-hochwertigen Gestaltung ihrer Straßen und Plätze dürfe sich eine Kommune nicht zurückziehen, wolle sie im Zeitalter von Internet und einer immer

schärfer werdenden Konkurrenz bestehen. Kleve empfahl er, mehr Wohnen in die Stadt zu bringen, das Angebot zu verbessern. „Sie müssen kulinarisch mehr bieten“, sagt er.

Und nicht zuletzt sei für das Image ein guter Fußballclub nicht schlecht. Den hatte Kleve in der Regionalliga. Das Potenzial der Außenwirkung hatte die Stadt damals wohl nicht ausreichend erkannt. Kleves Ruf in die Niederlande sei wohl nicht so gut, wie angenommen, führte er an. Schon eine halbe Fahrstunde in Richtung Niederlande könne man die Stadt nicht mehr. Daran muss man arbeiten – da helfen auch Events.