



Alles, nur kein Brettverschluss: Die Zäune in O4 (links), in P7 (rechts oben) und – mit Baustellen-Blick – in Q6/Q7.

BILDER (3): TRÖSTER

Baustellen: Verwaltung wünscht sich schöner gestaltete Bauzäune / Werbung für das eigene Projekt – aber auch für die Nachbarn

Die Stadt bohrt dicke Bretter

Von unserem Redaktionsmitglied
Roger Scholl

Grob zusammengezimmerter Holzplanken, feuerverzinkte Gitterroste, mit grauen oder blauen Planen bespannt oder einfache Pressspanplatten, die nach nur wenigen Tagen schon übers Eck absplittern: Bauzäune, in aller Regel eher ein Ärgernis denn ein Hingucker. Vor allem in der Nachbarschaft von Läden, Restaurants oder Praxen stören sie die, die mit und neben ihnen leben und arbeiten müssen, und es hagelt ständig Beschwerden. Als Chance, hier großflächig für sich, das eigene Bauprojekt oder gleich für die ganze City zu werben, hat sie bislang kaum jemand begriffen. Jedenfalls nicht hier in Mannheim, muss man einschränken, denn andernorts, etwa in der Bundeshauptstadt oder in europäischen Metropolen, sind die Absperungen oft zu aufwendig gestalteten Aushängeschildern geworden. Seit es im vergangenen Jahr mächtig Stunk gab wegen des schmucklosen Verschlags, der damals die Baustelle in P3 „zierte“, ist die Stadt hinter dem Thema her. Sie will „schönere“ Zäune – und bohrt bei den Bauherren bisweilen „dicke Bretter“.

Zweckdienliche Hässlichkeit

Was war das oft für eine Aufregung, Ladenbesitzer und Anwohner liefen Sturm gegen bisweilen sehr „zweckdienliche“ Konstruktionen vor ihren Haus- oder Ladentüren, die stets auch prompt mit Werbeplakaten zugekleistert waren, die in Regen und Wind zu flatternden Fetzen wurden.

Bauzäune mit Design

- Nach vielen **Klagen über hässliche Bauzäune** in der Innenstadt hat sich die Stadt des Themas angenommen.
- Man will die Bauherren schon in der Phase der Baugenehmigung „hartnäckig und intensiv“ davon **überzeugen**, die Absperungen ansprechender zu gestalten.
- Möglichst sollten **Architektur-Visualisierungen** der jeweiligen Bauprojekte auf dem Zaun zu sehen sein,

Kein schöner Anblick, so viel ist sicher. Regelmäßig stapelten sich Beschwerden über solcherart unschöne Zustände auf dem Tisch von Josef Kraha, der oberste Baustellen-Manager der Stadt hatte freilich wenig oder gar keine Handhabe, zumindest was das rein Ästhetische betrifft. „Ein Bauzaun ist ein Bauzaun“, so sagt es, einfach formuliert, der Gesetzgeber, das Wort „Schönheit“ taucht in den einschlägigen Bestimmungen an keiner Stelle auf. „Wir haben uns nach den vielen Klagen halt Gedanken darüber gemacht, dass auch ein so funktionales Teil ja nicht per se hässlich sein muss“, erinnert sich Kraha.

Dazu leisten Kraha und seine Mitarbeiterin Anja Ehrenpreis gleich beim ersten Kontakt, wenn die Bauherren die notwendigen Genehmigungen beantragen, Überzeugungsarbeit. „Wir werben intensiv und hartnäckig für eine ansprechende

der Bauherr kann aber auch für sich oder für die City als Einkaufsstandort werben, aber auch Nachbarn für sich werben lassen.

- **Rechtsverbindliche Auflagen** zur Gestaltung kann das städtische Baustellen-Management nicht machen, man ist auf den guten Willen der Bauherren angewiesen.

- In jüngster Zeit lassen sich mehr Bauherren auf **ansprechendere Bauzäune** ein.

Gestaltung der Absperungen, wie der Bauherr das dann in Design umsetzt, bleibt ihm überlassen.“ Nicht nur das „Wie“, sondern auch das „Ob überhaupt“, sollte man sagen, denn schließlich fehlt die rechtlich verbindliche Grundlage, die Stadt kann Bauherren nicht zu „mehr Schönheit“ verpflichten und bleibt stets auf das Wohlwollen der anderen Seite angewiesen.

„Bauherren viel zugänglicher“

Vereinzelt ist in der Innenstadt bereits zu sehen, dass die städtischen „Ermunterungen“ zu mehr Design Früchte tragen. Jüngstes Beispiel: O4,4. Dort wirbt der Bauherr, die LBBW Immobilien, für sein Projekt eines modernen Handelshauses, das „Planken Palais“ lehnt sich in der Gestaltung an das Barock an – nach dem massiven Widerstand der Mannheimer gegen ihre ersten Entwürfe hatten die Stuttgarter be-

kanntlich eingelenkt und völlig neu geplant. „Das ist genau das, was wir uns unter einem Bauzaun in der City vorstellen“, lobt Lutz Pauels von der Werbegemeinschaft, „damit meinen wir nicht nur die Visualisierung, sondern auch die Möglichkeit für die unter der Baustelle leidenden Nachbarn, auf dem Zaun auch für sich zu werben.“ Pauels geht noch weiter und mahnt eine Gestaltungssatzung für die City an: „Dann wäre das Thema verbindlich geregelt.“

Visualisierungen, Werbung, aber auch Informationen für Passanten, das wünscht sich Josef Kraha auf den Flächen: „Das können dann beispielsweise Angaben zum Projekt sein, zur Bauzeit, aber auch Anlehnungen an die ES-Werbekampagne für Mannheim.“ In Q6/Q7 beispielsweise ist das der Fall oder an O6 (Nesspresso und Mango), bei Engelhorn (O5) oder der ehemaligen Zürichpassage. „Wir bemerken jetzt eine weit größere Zugänglichkeit der Bauherren bei dem Thema“, resümiert Kraha. Und auch sein Chef, Bürgermeister Lothar Quast, ist jedenfalls überzeugt: „Ansprechende Bauzäune erhalten die Attraktivität der Innenstadt auch in der Bauphase.“

Zwar ist wohl auch weiterhin kaum zu erwarten, dass eine der Absperungen an den City-Baustellen in nächster Zeit einen der bedeutenderen Kunstpreise erhält – aber netter anzusehen als ein schnöder Brettverschluss sind die „Schmuck-Zäune“ allemal.