

Klimanotstandsbrief

Ein offener Brief des Bochumer Klimaschutzbündnisses

an den Oberbürgermeister der Stadt Bochum
sowie die im Rat vertretenen Parteien zum

Betriebskonzept für die Markthalle im "Haus des Wissens" in Zeiten des Klimawandels

Sehr geehrter Herr Eiskirch,
sehr geehrte Damen und Herren,

aus aktuellem Anlass möchten wir uns in Ergänzung unseres Klimanotstandsbriefs vom 16.2.2020 nochmals zu Wort melden.

Die Beschlussvorlage Nr. 20200932 sowie die zugehörige Präsentation haben wir uns vor dem Hintergrund des mit Ratsbeschluss vom 6.6.2019 ausgerufenen Klimanotstands und der daraus resultierenden Vorgaben für die Verwaltungsarbeit durchgesehen und geben dazu folgendes zu Bedenken:

Wäre für die Markthalle nicht eine klare und zukunftsgerichtete Aufgabenstellung von Nöten?

Anders als nach der Überschrift „Definition der Arbeitsaufgabe I und II“ zu erwarten, findet sich dort leider keine Aufgabenbeschreibung oder Definition. Es werden lediglich unsystematisch ein paar Merkmale genannt, die nicht neu sind.

Hätte man hier nicht zuerst eine zeitgemäße, das heißt zukunftsfähige Aufgabenstellung erwarten dürfen, die auch auf einer Analyse der komplexen Anforderungen, wie sie sich aus dem Klimanotstandsbeschluss ergeben, fußt?

Könnte die Markthalle nicht weit mehr als nur eine „Doppelfunktion“ wahrnehmen?

Soweit eine Doppelfunktion der Markthalle als „Erlebniseinkaufsort“ und als „gesellschaftlicher Begegnungsort“ aufgerufen wird bedauern wir, dass das Konzept hier nicht viel mehr in die Tiefe und Breite geht: denn neben den Funktionen ERLEBEN, EINKAUFEN und BEGEGNUNG drängen sich doch die Funktionen des ERFAHRENS und daraus resultierenden LERNENS geradezu auf. Wo sonst, als in einer Markthalle eines „Hauses des Wissens“ sollte eine solche breite Aufstellung zum Konzept werden?

Und was ist eigentlich mit einem „Erlebniseinkaufsort“ gemeint?

Ist hiermit ein Ort mit maximalen Umsatz- und Gewinnmöglichkeiten für den Handel gemeint, mit maximalen Verkaufsflächen und einer rein betriebswirtschaftlichen Optimierung, der ein exklusives Warenangebot für wenige exklusive Zielgruppen bereithält?

Oder ist ein Ort gemeint, an dem nachhaltig, fair, gesund und regional erzeugte Produkte und ohne Tierleid erzeugte Fleischwaren und Fische verkauft und zubereitet werden? An Marktständen aus nachhaltig und ökologisch hergestellten Materialien mit ebensolchen Sitzgelegenheiten für die Besucher*innen? Mit Präsentationsflächen, an denen sich die Konsument*innen multimedial informieren und einen sinnlich-anschaulichen Erfahrungszugewinn erhalten. An der Universität, Stadtbücherei und VHS auf entsprechende Angebote hinweisen können oder temporäre Ausstellungen zur Ernährung gezeigt werden.

Ist ein Ort gemeint, an dem demonstriert wird, dass beim Einkauf der Zwischenmahlzeit oder des kleinen Mittagessens nicht zwangsläufig Müll anfallen muss? Ein Ort an dem vielmehr erfahrbar wird, dass Verpackung kompostierbar sein kann und der Imbiss ebenso auf mitgebrachtem Mehrweggeschirr portioniert werden kann?

Ist ein Erlebniseinkaufsort gemeint, an dem ein Wohlfühlklima herrscht, ohne dass in den immer länger währenden Hitzeperioden die gesamte Halle energieintensiv gekühlt werden muss und ein von einer Klimaanlage erzeugter Kaltluftstrom durch die Markthalle zieht? Vermeidet die Gebäudehülle durch eine erlebbare passive Konzeption die sommerliche Aufheizung? Ist in diesem Kontext z.B. an vertikale Begrünung der Innenwände gedacht?

Erfüllt dieser „Erlebniseinkaufsort“ die Voraussetzungen für Muße und Verweilen durch eine durchdachte Grundrissgestaltung und Materialwahl? Oder wird es womöglich ein Ort voller Lärm, der keine Gespräche zulässt?

Wirtschaftlichkeit und Erfolg sollen her, aber was bedeutet das in unserer heutigen Zeit?

Der Fokus des Betriebskonzeptes der Markthalle soll auf einer „Erfolgsstrategie“ und auf „Wirtschaftlichkeit“ für alle Beteiligten beruhen, ohne dass diese Begriffe näher erläutert werden.

Wäre es aber nicht vordringliche Aufgabe dieser Konzeption, die Begriffe „Erfolg“ und „Wirtschaftlichkeit“ im Kontext eines umfassenden Nachhaltigkeitsansatzes mit Leben zu erfüllen? Die Beschränkung auf herkömmliche ökonomische Teilaspekte und eine überwiegend betriebswirtschaftliche Sichtweise wird scheitern und dient den Menschen weder heute noch in Zukunft. Wir sind überzeugt, langfristig erfolgreich können nur Konzepte sein, die nachhaltig in einem umfassenden Sinne aufgestellt sind, so wie es auch in dem bekannten Nachhaltigkeitsdreieck zum Ausdruck kommt.

Was sind die Voraussetzungen für einen „gesellschaftlichen Begegnungsort“?

Bochum ist stolz auf die Diversität seiner Bevölkerung. Wird die Markthalle ein Ort werden, an dem sich die Bochumer*innen Zuhause fühlen, an dem sich unsere diverse Stadtgesellschaft widerspiegelt? Können sich alle Bevölkerungsgruppen eingeladen fühlen und was braucht es dafür? Die Analyse der „historischen Funktion“ der Markthallen könnte hierfür wesentlichen Input und Anregungen geben, tut dies aber leider genau nicht.

Erhält der Markt eine „Architektonisch einmalige Verkaufsumgebung“?

Hier stellt sich wieder die Frage, was darunter zu verstehen ist und ob diese durch die dargestellte Bauweise des prämierten Wettbewerbsentwurfs erreicht wird? Ebenso ist die Frage, inwieweit dieser Entwurf die vom Betriebskonzept gewünschte „Authentizität“ vermitteln kann.

Als gelungenes Beispiel für eine nachhaltige zeitgemäße Architektur kann vielleicht die mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnete „Alnatura Arbeitswelt“ in Darmstadt genannt werden.

Brauchen wir vordringlich einen „Produktinszenierungsstandort“?

Auch unter den qualitativen Zielvorstellungen findet sich kein Ansatz für einen spannenden zukunftsfähigen Markt: man will „einer der besten Einkaufsorte für frische Qualitätslebensmittel zu vernünftigen Preisen in der Region“ werden, sagt aber weder wie das geschehen soll noch was genau man unter „Qualität“ versteht. Frische und „Qualität“ im herkömmlichen Sinn sowie „vernünftige“ Preise lassen sich auf jedem Wochenmarkt finden.

Erreichbarkeit in einem 20-Minuten-PKW-Radius?

Tatsächlich ist die zentrale Lage des HdW dermaßen vorteilhaft, dass die Erreichbarkeit für den gesamten Einzugsbereich ohne weiteres umweltfreundlich möglich ist, zumal das Betriebskonzept die Markthalle schwerpunktmäßig als einen „Taschenkunden-Standort“ identifiziert. Zukunftsorientiert kann nur die Prüfung der Erreichbarkeit unter den Aspekten: Anbindung an die DB, Straßenbahn und Bus sowie Radverkehr sein. Wären dann aber nicht auch bewachte (Lasten-) Fahrradstellplätze, Ladestationen usw. in angemessener Größenordnung vorzusehen und in das Betriebskonzept aufzunehmen?

Trauriges Fazit: Ein Konzept von vorgestern!

Die geplante Markthalle bietet wertvolle Chancen für einen wirklich außergewöhnlichen Ort und für Angebote, die tatsächlich einzigartig sein könnten. Das vorgelegte Betriebskonzept bleibt aber weit hinter den sich bietenden Möglichkeiten zurück, wirkt durchschnittlich, ideenlos und unambitioniert. Die Chancen, die sich aus den neuen Anforderungen des Klimawandels und dringend notwendiger Konsequenzen für unser Konsumverhalten ergeben, werden nicht ansatzweise aufgegriffen. Die Worte *Klima, regionale und ökologische*

Landwirtschaft, biologische Landwirtschaft und Tierhaltung, Fairer Handel (fair trade) oder Müllvermeidung sucht man in diesem Betriebskonzept vergebens.

Der gesamte Text ist zudem, bis auf vereinzelte Ausnahmen, im generischen Maskulin formuliert. Internationale Studien verweisen aber auf einen engen Zusammenhang zwischen einer gendergerechten Sprache und Erfolgen in der Erreichung von Klimazielen (UBA Texte 23/2018). Das bedeutet, auch Gendergerechtigkeit würde uns in der Klimakrise weiterhelfen!

Mit anderen Worten: Politik und Öffentlichkeit wurde hier ein Konzept von vorgestern vorgelegt, das weder die hochgesteckten Erwartungen, die an dieses Strategie-2030-Projekt zu stellen sind, erfüllt, noch wurde hier in irgendeiner Weise der Ratsbeschluss zum Klimanotstand umgesetzt, in dem es bekanntlich heißt:

„Die Kommune wird die Auswirkungen auf das Klima sowie die ökologische, gesellschaftliche und ökonomische Nachhaltigkeit bei jeglichen davon betroffenen Entscheidungen berücksichtigen und wenn immer möglich jene Entscheidungen prioritätär behandeln, welche den Klimawandel oder dessen Folgen abschwächen.“

Bochum, den 22. April 2020

Gez.:

Ihre Bürger*innen des Bochumer Klimaschutzbündnisses (www.BoKlima.de)
c/o Dr. I. Franke (Sprecher von BoKlima)
AkU e.V., Alsenstraße 27, 44789 Bochum

Mailkontakt: boklima@boklima.de

Homepage: www.BoKlima.de (im Aufbau)

