

# Muss das sein?

Wie Koblenz an Gesicht gewinnen könnte



Das Kaufhaus am Zentralplatz muss schließen.

Foto: Kultursalon Koblenz/RV

Koblenz. Seit 50 Jahren begleitet ein großes Bekleidungskaufhaus diese Stadt. Sinn Leffers. Die Großstadt Koblenz fällt beim Wegfall dieses renommierten Kaufhauses nahe des Zentralplatzes eher wieder auf die Stufe einer Kleinstadt - mit geringfügigem Einkaufsangebot zurück. Das Texttilghaushaus, das mittlerweile SINN heißt, begleitete diese Stadt während des Wirtschaftswunders, der BUGA-Phase und blieb auch in den ersten Jahren der Pandemie treu. Und jetzt darf dieses Kaufhaus die Stadt verlassen, weil ihm der Vertrag gekündigt wurde. Nutzungsänderung.

Ein noch völlig intaktes Haus wird abgerissen, um Wohnungen Platz zu machen. Was macht diesen Platz für Wohnungen so begehrt? Die Abgase der Autos an dieser Kreuzung? SINN hatte hier bessere Lösungen: geschlossene Fenster und eine gut funktionierende Belüftungsanlage.

## Wo bleibt die Zwischenlösung

Um dieses Loch der Bekleidungskultur zu schließen, hätte man dem Kaufhaus einen Zwischenstandort für vier bis fünf Jahre anbieten müssen, um ein künftiges Armutszeugnis zu verhindern. Leerstand gibt es in dieser Stadt auch vonseiten der Stadt. Häuser

in denen man dieses Kaufhaus hätte unterbringen können. Platz bieten historische Gebäude - die alte Burg, wenn sie denn keine Feuchte aufweist, das Schloss. Selbst der ungenutzte historische Bau auf dem Münzplatz böte für eine Sonderabteilung vorübergehend einen Zwischenstandort. Was hätte die Welt dazu gesagt, wenn Koblenz die Hälfte seines Rathauses dem Kaufhaus vorübergehend zur Verfügung gestellt hätte? Ein Rathaus wäre sozusagen bewusst zusammengedrückt, um weiterhin für die Koblenzer und Einkaufspendler als Stadt mit besserem Modeangebot attraktiv zu bleiben.

## Stadtwerbung besonderer Art

Statt besondere Modemarken in der Stadt zu halten, werden sie geradezu laufen gelassen. Koblenz verliert Gesicht. Es wird unattraktiver, statt Niveau zu halten. Macht das Sinn? Eine große Geste fehlt vonseiten der Stadt. Was wäre das gewesen ein halbes Rathaus zur Verfügung zu stellen? Die ganze Welt hätte über die Stadt Koblenz berichtet, denn die Medien hätten darüber Bericht erstattet von New York bis nach Timbuktu. Manchen neugierigen Touristen hätte es nach Koblenz getrieben, um sich diese Geste genau anzusehen. Wohl eine unbezahlbare Werbungsstrategie für die Stadt an Rhein und Mosel. Ohne je ein Werbebudget aufstellen zu müssen, wäre Koblenz auf einen Schlag berühmt geworden. Sozusagen ein eingespartes Werbebudget für diese Stadt, das Koblenz hätte nie für sich selbst je hätte bereitstellen können. Gleiches gilt für das Modehaus SINN.

## Alternative Zelt-Kaufhaus

Zelte ziehen Publikum an – siehe Theaterzelte in Hamburg, Berlin, Düsseldorf. Warum nicht auf Zeit eine Kaufhaus-Zeltstadt? Zelte kann man auch gut beheizen. In diesem Fall hätte man nur einen größeren Platz zu Verfügung stel-

len müssen. Die Bundeswehr hätte Zelte für angenehmes Geld zeitweise vermieten und beheizen können. Das erste Zelt-Kaufhaus auf deutschem Boden. Eine städtische Unterstützungsaktion. Eine absolute Attraktion. Ein Publikums-magnet – auch für den Tourismus. Wo bleiben Pragmatik und Phantasie in dieser Stadt? Lösungen, die wenig Geld kosten und immer noch gutes Geld einbringen, um manches Bauwerk wieder zu restaurieren oder andere Notwendigkeiten zu finanzieren. Nicht zu vergessen: Kaufhäuser sind gute Steuerzahler, stellen Arbeitsplätze zur Verfügung. Eins ist besonders schade, wenn gerade dieses Bekleidungskaufhaus diese Stadt verlässt. Es steht seit vielen Jahren für Markenvielfalt, abwechslungsreiche Modetrends wie Tradition. Auch sollte man sich des Problems bewusst sein, was macht die Stadt für Zuziehende überhaupt attraktiv, wenn hier nur noch wenige Bekleidungsmöglichkeiten herrschen? Spielt man mit diesem Modehausverlust nicht noch die Einkaufskraft der Gewerbegebiete höher? Höhlt sich Koblenz damit aus? Auch dieser Aspekt sollte von Stadtmanagern bedacht werden.

## Das macht Sinn

Thomas Wanke, Geschäftsführer des Bekleidungshauses SINN geht erst einmal mit seiner Mannschaft nach Neuwied – 20 km weiter weg. Für die älteren Koblenzer/innen wäre das Modehaus besser geblieben, auch für das Personal, das jetzt seine Arbeitsplätze verliert. Die Hagener Kaufhauskette SINN ist gerade im Aufwind: neue Kaufhausniederlassungen auch in Brühl, Duisburg und Dortmund am Rhein. Was ist los mit Koblenz? Ließe sich das Ruder noch herumdrehen? Ja, durch eine besondere Geste. Das macht Sinn - für alle.

Pressemitteilung des Kultursalons Koblenz