

KUNST DER WOCHE

Ruine als Chance

Von Niklas Maak

Die Optimisten unter den großen Investoren malten sich die Zukunft von Berlin lange so aus, dass sich die Stadt wie von selbst und mit rasantem Tempo in ein schöneres, europäisches New York verwandeln würde. Der optimistischste unter ihnen war Anno August Jagdfeld: Er stellte sich Ende der neunziger Jahre den neuen Berliner als wohlhabenden Kosmopoliten vor, der seinen Kaffee im (von Jagdfeld finanzierten) „Hotel Adlon“ trinkt, sich dann in den Luxusläden der (von Jagdfeld finanzierten) unterirdischen Einkaufspassage des „Quartiers 206“ an der Friedrichstraße fürs Wochenende eindeckt und dann entweder in das (von Jagdfeld finanzierte) „Hotel Heiligendamm“ saust oder auf die Halbinsel Wustrow, wo er nach Jagdfelds Willen in weißen Holzhäusern unter Kiefern das Gefühl bekommen sollte, eigentlich in den New Yorker Hamptons zu sitzen. Und wenn man noch ein paar Hummer in der Ostsee ausgesetzt und ihr beigebracht hätte, so champagnerleicht perlend zu schäumen wie der Atlantik bei Montauk, hätte dieser Bluff vielleicht gelingen können.

Nur die Berliner wollten nicht, obwohl die gesamte Immobilienbranche wirklich alles versuchte und noch den letzten im Ostteil der Stadt hochgezogenen Geldmackerkarton mit Namen wie „Upper East Side“ manhattanisierte. Und so wurde auch aus Jagdfelds Ferienhaussiedlung nichts, das „Adlon“ warf nicht die erhofften Gewinne ab, und das „Quartier 206“ geriet unter Zwangsverwaltung. Vor einem Jahr drohte dann die Versteigerung. Wenn man jetzt im „Quartier 206“ die große Marmortreppe hinabsteigt, sieht es dort schon heute aus wie im Angsttraum all jener, die befürchten, dass ein seiner Energie- und Autoindustrie beraubtes, mietengedecktes Deutschland sich in



Für einen Abend erwacht die tote Mall zu neuem Leben.

Foto nma

eine postkapitalistische Verfallshölle verwandeln könnte, in der die letzten ortsansässigen Kommunisten das Fleisch der im Schlossgraben erlegten Wölfe über brennenden Mülltonnen grillen: Nicht nur Gucci und Louis Vuitton sind weg, es sieht dort unten im „Quartier 206“ aus, als wäre Deutschland Hals über Kopf von sämtlichen Bewohnern verlassen worden. In Amerika gibt es, weil die Leute immer mehr Produkte online bestellen und liefern lassen, schon heute immer mehr so genannte „Deadmalls“, tote Einkaufszentren – aber mitten in Berlin?

Und dann gab es in der zentralsten Deadmall Deutschlands plötzlich doch noch einen Moment, der zeigte, was man mit all den künftigen Ruinen der Konsummoderne machen könnte: Plötzlich standen auf den marmorspiegelnden, goldschimmernden Balkonen Hunderte Menschen und fuhren mit der Rolltreppe auf und ab, während die Glam-Punk-Trash-Band „Die hässlichen Vögel“ die

Marmortreppe emporstieg und anfang zu spielen; und das tote Luxuseinkaufszentrum verwandelte sich einen Abend lang in ein sehr überzeugendes Post-Konsum-Theater, auf dessen Bühnen Menschen flanierten, schauten, tranken oder hinter künstlichen Palmwedeln verschwanden. Hinter dieser Performance steckte das von den Kuratorinnen des Kunstzentrums Schinkel-Pavillon ins Leben gerufene Projekt „Disappearing Berlin“, bei dem ein Jahr lang vom Verschwinden, von Privatisierungen oder Umwandlungen bedrohte, bekannte Berliner Orte neu genutzt werden: Auf der 22. Etage des Postbank-Hochhauses am Landwehrkanal, einem ikonischen Siebziger-Jahre-Bau, spielten sechzehn Gitarristinnen, andere Aktionen finden in einem Parkhaus am Kottbusser Tor, einem Wohnhaus aus Berliner IBA-Tagen, einer Autowerkstatt und einem Schwimmbad statt.

Die bald beginnenden neuen zwanziger Jahre werden das Jahrzehnt eines

großen Umbruchs sein. Wenn es auch nur halbwegs stimmt, dass Digitalisierung und Robotisierung die Anwesenheit von Angestellten und Fabrikarbeitern, Sekretärinnen und Taxifahrern überflüssig machen; dass wir eher online bestellen, statt einzukaufen, und eher Netflix schauen, statt ins Kino zu gehen: dann stellt sich die Frage, was mit den Ruinen im Zentrum der Städte, mit Postämtern, Bürotürmen, Shopping Malls und Kinos geschehen soll. „Disappearing Berlin“ zeigt, dass das Leben in den zukünftigen Ruinen eine ganz eigene Schönheit haben kann. Shopping Malls, hieß es immer wieder, machen die echte Stadt mit ihren Läden kaputt. Jetzt, wo das Internet mit seinen Bestellbuttons die Shopping Malls kaputt macht, können ihre Ruinen zu Bühnen für ganz neue Formen von Gemeinschaft und zum Baumaterial für das werden, was sie früher zerstörten: eine neue Stadt.