



Sebastian Göschel

## Urbane Umschlagplätze

### Leipziger Kulturläden als kulturelle und soziale Orte

#### Sich seinen Job erfinden

»Hier wird man zur Kreativität gezwungen«, so der Feffrain von »Leipzig für Anfänger«, das urlängst am LOFFT lief. Viele »Anfänger« kommen durchs Studium in den wilden Osten. Doch am Ende stellt sich die Gretchenfrage: Was tun mit einer kulturwissenschaftlichen (Aus-) Bildung in einer Stadt mit zwar üppiger Kultur, aber über 13 Prozent Arbeitslosigkeit? Die meisten entscheiden sich fürs Weggehen. Die Posten der Hochkultur scheinen auf lange Zeit besetzt. Aus diesem Dilemma heraus sehen sich einige gezwungen, ihren eigenen Job zu erfinden. Die besten Ideen verbinden die Vorteile Leipzigs zu einem stimmigen Konzept. Da wären Tradition und Ruf als Handelsstadt und daraus resultierend die Vielzahl von über die ganze Stadt verteilten Ladengeschäften. Durch den ökonomischen Super-GAU nach der Wiedervereinigung und die bis heute anhaltende Abwanderung stehen nicht nur preisgünstige Wohnungen frei, sondern auch bezahlbare Ladenräume. Konzertierte Aktionen versuchen dem entgegenzuwirken (Selbstnutzer e. V., Wächterhäuser, Zwischenraumnutzungen usw.). Doch was macht man mit den Läden? Einige Leipziger haben begonnen, diese Räume zu mieten, um darin alternative Ladenkonzepte umzusetzen.

oben: Cindy Schmiedichen und Fabian Reimann vom Projektzuhause Joske zeigen das alte Hinweisschild für Vertreter und Lieferanten. Die Frage nach der Beschaffenheit von Geschichte wird hier immer wieder neu gestellt.

rechts: Die alte Fleischerei Herbert Kresse ist heute ein temporärer Laden, dessen permanente Umgestaltung irritable Zeichen im Stadtviertel setzt.

#### »Sonst könnten wir den Laden auch Starbucks anbieten«

Der Herbert-Kresse-Laden (Mendelssohnstraße), bis in die sechziger Jahre als Fleischerei Herbert Kresse bekannt, bietet Präsentationsmöglichkeiten für junge Kreative und Designer. Der Laden hat einmal im Monat für achtundvierzig Stunden geöffnet, jeweils mit anderem Konzept und verschiedenen Mietern. Im letzten Jahr wurden dreizehn temporäre Läden umgesetzt, darunter ein Vintage Store, ein Schokoladengeschäft, ein Fahrradladen. Die Vorteile liegen auf der Hand: In einem Laden kann man das »Produkt haptisch erfassen und den Kontakt zum Kunden pflegen«, so Jana Hiersemann. Zudem unterstreiche die kurze Dauer die »Einzigartigkeit der Produkte« und befördere einen Ereignischarakter. Dies wird bei Herbert Kresse auch immer mit Veranstaltungen (von Vernissagen über Konzerte bis hin zu Performances) verbunden, so daß an einem solchen Wochenende bis zu dreihundert Besucher kommen. Die Macher leben hinter dem Laden, lediglich die Küche wird mit den jeweiligen Ladennutzern geteilt, um so eine Trennung zwischen Arbeit und Leben aufrechtzuerhalten. Der Umstand, daß mit dieser Tätigkeit kein Geld zu verdienen ist, wird durch Idealismus ausgeglichen, »sonst könnten wir den Laden auch Starbucks anbieten«. Nun ließe sich fragen, warum man so einen Laden dann überhaupt macht? Hier kommen wir zum springenden Punkt: Alternative Läden sind vor allem ein Bestandteil der Leipziger Kulturszene. Sie machen kulturelle Angebote und setzen gleichzeitig ein Zeichen gegen reflexartigen

Konsum in den Shoppingmeilen. Der permanente Wechsel der Läden soll dafür sorgen, daß die »Nachbarschaft wieder etwas wacher durch die Straße geht«.

Am Beispiel Kresse-Laden kann man die Schwierigkeiten solcher Ladenprojekte ablesen: Nur schwer läßt sich damit Geld verdienen. Die Trennung zwischen Arbeit und Freizeit muß mit kraftraubenden Strukturierungen jeden Tag neu erkämpft werden. Zuordnung und Wahrnehmung sind sehr schwierig,



Mahmoud Darroudi (2)



Fotos: Mahmoud Dabdoub

Konsum mal anders – Sensibilisierung für Produkte fernab der Shoppingmeilen. Miriam Paulsen vom Tschau Tschüssi inmitten ihrer Bricolagen



Philipp Neumann vom mzin vor einer Auswahl seiner Magazine: »Das ist keine Arbeit, oder wenn, dann die schönste.«



Laden 2.0 – Künstler (in diesem Fall Toni Schönbuchner von der Hochschule für Grafik und Buchkunst) inszenieren die Ladenflächen der residence Blumen immer neu.

weil es sich um noch nicht etablierte, sublimale Kulturformen handelt, die Grenzen verschieben und an Schnittstellen operieren. Da Kulturläden neue Wege betreten, sind diese nicht plan, auch Infrastrukturen sind nicht vorhanden, und Förderprogramme können kaum in Anspruch genommen werden. Andererseits entsteht ungesteuert eine einzigartige Sparte in der Leipziger Kulturszene, deren Besonderheit die Vielfalt ist. Jeder Laden hat sein eigenes Anliegen und seine eigene Mischform aus Verkauf und Kultur.

Das Tschau Tschüssi (Windmühlenstraße) definiert sich, neben eigenen Labels, als Forum für Künstler und Handwerker aus dem Design- und Textilbereich. Zum einen wird mit einem ständig sich wandelnden Angebot für Handgemachtes fernab der Konsumtempel sensibilisiert, zum anderen ein Ort des Austauschs geschaffen. Auch hier gibt es Veranstaltungen (Ausstellungen, Kinderprogramme, Buchvorstellungen), die das episodische Format stärken. Der Laden als Prozess. Miriam Paulsen lebt, anders als viele Ladenbesitzerinnen, von dem Erlös ihres Geschäfts. Bei Förderanfragen an die Stadt schlägt ihr Unverständnis entgegen, da sich ein Kulturladen eben nicht in vorhandene Raster einpassen läßt. Aber das will sie auch gar nicht, denn das Tschau Tschüssi ist primär ein wirtschaftliches Unternehmen, das »nur, weil sich der Stempel Kreativwirtschaft hier aufdrücken ließe«, keine Förderung braucht. Wünschenswert wäre allerdings eine »Beratung für Existenzgründer aus dem kreativen Bereich, die in einer unbürokratischen Umgebung stattfindet und so keine Schwellenängste hervorruft«.

### Antikapitalistische Ladenflächen

Die gerade vorgestellten zwei Projekte sind symptomatisch für die Ladenlandschaft in Leipzig, allerdings keinesfalls singulär, mindestens fünf- und zwanzig nämlich wären zu beschreiben. Man konnte sprechen über das mzin (Paul-Grüner-Straße), das etwas bieten will, »was dieser Stadt fehlt« (vor allem Popkultur in Form von Magazinen, Büchern, Konzerten usw.), so Philipp Neumann. Sein Laden ist wie viele andere ein Treffpunkt, seine Tätigkeit »keine Arbeit«, aber vielleicht eine Station auf dem Weg in die Arbeitswelt. Zudem definiert er sein Angebot als Subkultur und will »Verkaufsumbiente und Anbieterung« vermeiden. Auch dies ein häufig auftretender Aspekt in der Leipziger Ladenszene, die so viel Selbstbewußtsein und Gaspür für die Abwesenheit von bestimmten Kulturarten hat, daß sie sich nirgends zuordnen muß. Ähnlich die Kasette (Demmeringstraße), die einfach ein ersparnter Raum zum Austausch von selbstgemachten Mixtapes ist. Die Rumpelkammer (Täubchenweg) serviert neben ausgesuchten Weinen und exquisitem Kaffee vor allem Trödel und

Antiquitäten. Alles, worauf man sitzt oder woraus man isst, kann erworben werden. Das hInZundkunZ (Georg-Schwarz-Straße) stellt als »Raum für Begegnung und Kultur« Infrastruktur für verschiedenste Veranstaltungen bereit, um so das von Leerstand geprägte Viertel wiederzubeleben. Auch das latuete in der Konradstraße, das sich kurz als »atelier/buero/werkstatt/laden« beschreibt, will seinen Stadtteil unter anderem durch ein regelmäßiges Schaufensterkino bespielen.

Der Laden wird zum Überladen, in dem gleichzeitig produziert, veranstaltet und verkauft wird. Er ist neben einer soziokulturellen Einrichtung auch ein Experimentierfeld, »eine Spielwiese für künstlerisch interessierte Menschen«, bestehend aus einer »antikapitalistischen Ladenfläche und einer sich stets transformierenden Dauerausstellung«, wie der Konsoom (Lützner Straße) es beschreibt. Ganz anders residence Blumen (Kolonradenstraße), die auch ein Ort künstlerischer Produktion ist, aber internationale Künstler einlädt, in ihren Räumen ein paar Monate zu wohnen, zu wirken und auszustellen. Hier wird versucht, Arbeit und Leben eben gerade nicht zu trennen, sondern im künstlerischen Prozeß zu synchronisieren. Die Ladenwerkstatt (Alfred-Kästner-Straße) dagegen setzt auf das Herstellen verschiedener handwerklicher Produkte durch und mit dem Kunden. Unter Anleitung kann man hier zum Beispiel Eheringe schmieden oder Ytong schleifen. Der Laden ist Lern-, Verkaufs- und Begegnungsort zugleich. Aber auch das pure Künstlerische Nutzen ehemaliger Ladenflächen ist eine Facette der Ladenkultur. Das Projektkaufhaus Joske (Karl-Heine-Straße) wurde von der jüdischen Familie Joske 1904 als erstes Kaufhaus in Plagwitz eröffnet. Heute wird es von vier bildenden Künstlern als künstlerisches Labor betrieben. Dabei ist die Reflexion über den »authentischen Umgang mit Erinnerungsorten« prägend.

### Typisch Leipzig!

Dieser verkürzte Abriss über die bunte Leipziger Ladenwelt zeigt vor allem eins: Leipzig ist nicht Berlin! Die im letzten Jahrzehnt entstandenen alternativen Ladenkonzepte sind nur bedingt auf die Leipziger Szene übertragbar. Ist man in Berlin stolz auf Guerilla-Shops, Concept Stores und Pop-Up-Retails als hippe Ableger globaler Firmenketten, ticken die Uhren in Leipzig anders. Typisch! Der größte Unterschied besteht in der Organisation »von unten«, die mit einer gewissen Immunität gegen überbordende Bekanntheit oder Anbindung an Wirtschaftsunternehmen verbunden ist. Zwar werden durchaus einzelne Elemente übernommen, wie temporäre Öffnung, Cross-Selling-Ansätze oder Komplementär-Güter-Sortimente. Aber im Gesamtkonzept und ihrer Ästhetik sind die Leipziger Läden

individuell und – das vor allem – eine Art von Off-Kultur. Während anderswo in innovativen Läden auf das Event oder den Lifestyle abgehoben wird, produzieren Leipziger Läden ganz eigene Kulturveranstaltungen. Während dort auf Luxusgüter und After-Sales-Management gesetzt wird, besinnen sie sich hier auf Kommunikation und (Kunst-) Handwerk. Damit erinnern die Leipziger Läden an eine andere Tradition des Einzelhandels: an all die Tante-Emma-, Kolonialwaren- und Delikatessensläden – Gemischtwarenläden im besten Sinne. Sie partizipieren an der Stadt und antizipieren Kultur, verbreiten Nachrichten und vernetzen, dienen als soziale und kulturelle Orte – sie sind Umschlagplätze von Kunst und Kultur, Geschichte und Gegenwart.

### Proliferation entlang diskontinuierlicher Linien

Doch was bedeutet dies für Leipzig, das sich so gern mit großen Erfolgsgeschichten schmückt? Betrachtet man die Leipziger Ladenkultur aus der Erlebnis-Perspektive des mehr oder minder ziellosen Umherschweifens (Debord) durch die Stadt, so ergibt sich das Bild eines »Rhizoms« (Deleuze/Guattari). Diese Metapher beschreibt eine postmoderne Ordnung des (Stadt-)Raums: Ein Netz verbindet einzelne Punkte, die je nach Standort temporär das Zentrum bilden können. Der Ausgangspunkt ist nicht die Einheit, sondern die Vielheit, so daß einerseits ein Konnex entstehen und andererseits eine Heterogenität bestehen kann, in der sich die verschiedensten Orte miteinander verbinden und untrennbar ineinander verweben. Der Stadt Wanderer muß nicht das gesamte System kennen, um teilzuhaben – er kann (wie auf einer Landkarte) überall einsteigen und sich zurechtfinden. Das Rhizom kann an jeder Stelle aufgebrochen werden, es verlangt keine Kontinuität. Sein movens, seine Bewegung ist das Wuchern, die Proliferation entlang diskontinuierlicher Linien. Eberndas macht Leipzig so beliebt und interessant. Es ist eine lebendige Stadt im permanenten Prozeß, deren organische Off-Kultur neben den hochkulturellen Leuchttürmen einen großen Teil ihres Flairs ausmacht. Diese Pluralität gilt es zu erkennen und mit Hand und Fuß zu unterstützen, ohne dabei Autonomie und Diversität zu stören. Ziel der Stadt muß es sein, das privatwirtschaftliche Denken und Handeln zu fördern, Beratung und Infrastruktur bereitzustellen und so Leipzigs Selbstheilungskräfte zu stärken.

PS: Sicherlich wäre ein webbasierter Laden Stadtplan hilfreich, der jederzeit den Einstieg ermöglicht und von dem aus man weiterschweifen kann. Solange es den nicht gibt, heißt es Augen auf, denn schon an der nächsten Ecke kann morgen ein neuer Laden eröffnen. ■

KPMG ist ein Mitglied der globalen Netzwerkorganisation der KPMG-Mitglieder und Mitglied der IFA (International Federation of Accountants). KPMG ist ein Mitglied der IFA (International Federation of Accountants). KPMG ist ein Mitglied der IFA (International Federation of Accountants).



Probleme anpacken. Chancen ergreifen. Entschlossen handeln.

Die globale Krise stellt die deutsche Wirtschaft vor große Herausforderungen. KPMG unterstützt Ihr Unternehmen dabei, gestärkt aus dieser schwierigen Phase hervorzugehen. Profitieren Sie von unserem umfassenden internationalen und regionalen Know-how. Stellen Sie sich jetzt für die Zukunft auf.

Für weitere Informationen:  
KPMG, Dr. Georg Flascha,  
T 0341 5660-721,  
gflascha@kpmg.com

**kpmg.de**

**KPMG**

AUDIT • TAX • ADVISORY