

## Braunschweig, die Stadt und das Magni-Viertel

### Think!

*„Früher, in den Zeiten vor Corona, gab es ein Lebewesen in einem doppelten Habitat. Es verbrachte die Nacht in Siedlungen auf dem Land, den Tag im Kern von Metropolen. Dazwischen pendelte es. Das verzehrte zweimal ein Viertel des Tages, also die Hälfte.*

*Mit der Rückverlegung der Arbeit an die Schlafstätte, Home-Office genannt, konnte der Irrsinn des Pendelns aufhören. Die sehr hohen Mietpreise in den Innenstädten, die ursprünglich die Flucht aufs Land erzwungen hatten, verfielen. Ganze Bürokomplexe standen leer, bis man begann, sie in Wohnraum zu konvertieren. Aus der Unzahl von Büros wurde eine Unzahl von Wohnungen. Die weniger betuchten Mieter der dicht besiedelten Stadtteile zogen in die Innenstädte. Es entwickelten sich in den ehemaligen Palästen sehr lebendige Binnenkommunen. Die Versorgung basierte auf informellen Kleinmärkten. Bunt es Treiben.*

*Das neue Überangebot an Wohnraum führte zu einem Verfall der Mietpreise, dem ein Verfall der alten Investoren folgte und am Ende der Übergang des intensiv genutzten Wohnraums in öffentliches Eigentum. Es ging eine Schere auf zwischen den schmucken Reihenhäusern in den Vorstädten und den neuen Gettos in... (ehemaligen Cityquartieren). Man kannte das aus der Behandlung öffentlichen Eigentums im „real existierenden Sozialismus“, wo alle Liebe in die Datschen floss, während die Innenstädte verfielen. Jetzt organisierten AIR B n B und die Behörde und Clans die Stadt.“ (Prof. Klaus Kocks, „Pendler“)*

### A) Vorbemerkung

Die Experten sind sich einig: Die Menschen werden - auch wegen der (positiven) Erfahrungen aller Käufergruppen mit dem online-Einkauf - künftig die Städte nicht mehr besuchen, um bei Rossmann, H&M oder Karstadt einzukaufen:

Das „**Erlebnis Stadt**“ spielt eine wesentlich größere Rolle, wenn

- Bürger aus Braunschweig oder der Region Harz und Heide sich für oder gegen eine Fahrt in die City entscheiden.
- Touristen sich für eine Stadt oder eine Region entscheiden. Hintergrund ist ein prognostizierter stetiger Anstieg von Städte- und Regionaltourismus nach der Pandemie.

Im Vergleich mit anderen Städten kann Braunschweig als einer der Klassenbesten aus der Krise der Innenstädte herauskommen. Viele positive Aspekte/ Vorschläge sind in dem Positionspapier (Striese/Petrek) aufgelistet und müssen hier nicht wiederholt werden. Entscheidend aber wird sein, wie das Gesamterlebnis Stadt **gestaltet und kommuniziert** wird.

These: Im schönen Braunschweig werden die Wallanlagen, Innenstadtparks, Traditioninseln, Kunst und Kultur, die Oker und historische Orte wie das Magni-Viertel im Idealfall zu Sehenswerten für die Bevölkerung der Stadt und der Region sowie für Touristen. Sie gewinnen massiv an Bedeutung für das gesamte Marketing einer Stadt nach Corona, für den Erfolg des Launch nach der Pandemie und sichern gute Chancen für Braunschweig, seine Kaufleute und Bürger.

Eines der möglichen Highlights in dem Chancenbündel ist das historische **Magni-Viertel** und darauf gehe ich im Folgenden ein.

## B) Analyse

Das Magni-Viertel ist - mit Ausnahme des Bereiches rund um den Magnikirchplatz - in seinem jetzigen Zustand weit vom Standard anderer vergleichbarer historischer Altstadtquartiere in Deutschland und Europa entfernt.

Die Ursachen liegen in der Konzentration starker Interessengruppen (AAI, Bezirksrat...) auf die Kerncity, die weitgehende Ignoranz von verkehrlichen Vorschlägen seitens der Bauverwaltung verbunden mit kaum wahrnehmbarer Lobbyarbeit der Kaufmannschaft im Magniviertel über einen langen Zeitraum.

Dabei bedarf das Viertel besonderer Aufmerksamkeit:

- Die Entwicklung des historischen Altstadtquartiers Magni hat grundsätzlich andere Anforderungen als der Kernbereich der Braunschweiger City.
- Das Magni-Viertel ist räumlich als einziges Innenstadtquartier von der Kern-City brutal getrennt.
- Die verkehrliche Situation ist Standard der 70er und wird dem historischen Anspruch dieses Quartiers in keiner Weise gerecht

- Die für die Kern-City geltenden Verordnungen passen hinsichtlich „Leben, Arbeiten und Verkehr in einem historischen Viertel“ nicht
- Die Entwicklung des historischen Altstadtviertel muss Kernaufgabe des gewählten Rates der Stadt und der Verwaltungsspitze sein
- In den Innenstadt-Planungen diverser Akteure muss das Magni-Viertel deutlich mehr Raum einnehmen.

### C) Zielprojektion

Ein zeitgemäß aufgewertetes, verkehrlich beruhigtes und in seiner Substanz gewürdigtes Magni-Viertel hat großes Potential, als **touristisches Braunschweiger Highlight Impulse für die gesamte Stadt** zu setzen. Es verbessert den Lebensraum für die Bürger im Viertel, für die Besitzer der kleinen Läden, für Käufer und Touristen und die Braunschweiger Bürger. Es steigert erheblich den Wert der Immobilien, vermeidet Leerstände und steigert künftige Erträge aus Vermietung und Verpachtung

### D) Maßnahmen

#### **Ein historisches, in sich geschlossenes Stadtviertel braucht besondere Regeln.**

- 1. Verkehrskonzept umfassend** mit Zonenregelung und Abbau von bis zu 100 Verkehrsschildern, Vermeidung von Parksuch- und Abkürzungsverkehr, ein Vorschlag liegt als Diskussionsvorschlag seitens WVI Verkehrsregelung/ Infrastruktur Prof. Wermuth vor (Auftrag Magni Bürgerschaft).  
Verbesserungsmaßnahmen für in ihrer Mobilität eingeschränkte Bürger/innen, mehr Sicherheit für (Schul-)Kinder, Senioren, Radfahrer.
- 2. Sofortige Sondernutzungsregelung MAGNI** mit erweiterten Regelungen für die (Außen-) Gastronomie, Veranstaltungen, Nutzung von (mehr) öffentlichen Flächen für Ladenbesitzer, Sonderregelungen für mehr Aufenthaltsqualität, Sitzbänke...
- 3. Grünkonzept** ganzheitlich in Abstimmung mit dem historischen Ambiente, grüne Stadtmöblierung, Entsiegelung von nicht historischen bedingten Pflasterungen, Platznutzung auch durch Wegfall von Verkehrsschildern,
- 4. Infokonzept** für Besucher/ Touristen, Digitale Besucherführung (z.B. per QR-Code, etc)

5. **Green fast lane:** Erarbeitung einer Projektskizze zur Anbindung Magniviertel in zwei Richtungen, bevorzogter Schnellweg für kleine E-Mobile, Fahrräder, Fußgänger als Verbindung zwischen Bohlweg und dem Klinikum Salzdahlumer Straße mit den Stationen: Rathaus - Schloss - Damm/Bohlweg - Galeria – Magniviertel - Städt. Museum - Magni-Friedhof - Stadthalle - Technisches Rathaus - BraWo Park - Hauptbahnhof - Bahnstadt (Brunswick Railquarters) – Siemens - Bebelhof - Golfplatz - Klinikum (Projektskizze erfordert Sonderetat!)
6. **Kulturkonzept** mit Sonderregelungen für Veranstaltungen mit historischen Bezügen zum Viertel, z.B. Weihnachtsmarkt, Tanz, Theater, Gesang, historische Ausstellungen mit Einbindung des Städtischen Museums, des Schlossmuseums, des Landesmuseums und der Gastronomie.
7. **Marketingkonzept** Maßnahmenpaket für die bundes- und europaweite Vermarktung des historischen Magni-Viertels, (social media, Influencer, klassische Tourismuswerbung...)
8. „**Potemkin-Konzept**“, push und pull Angebot für Hausbesitzer mit renovierungsbedürftigen Fassaden mit finanziellen Anreizen

Und mittelfristig:

9. **Sondernutzungs-Satzung** zum Schutz der besonderen Eigenart des Orts- und Straßenbildes für das historische Magniviertel sowie zur Durchführung baugestalterischer und verkehrlicher Maßnahmen und touristischer Nutzung

## E) Lobby- und Öffentlichkeitsarbeit

- I. Zeitraum bis zur Kommunalwahl im September 2021
- II. Anschließend mit den neu gewählten Gremien

Pressegespräche, Pressetermine vor Ort, Hintergrundgespräche, Presseinformationen laufend

Social media auf relevanten Kanälen

Termine mit Parteivorsitzenden, OB und OB-Kandidaten und Dezernenten, Landtags- und Bundestagskandidaten (Fördermittel!)

Initiierung von Wahlaussagen und Check der Wahlprogramme der Parteien (04/21)

Check Programm OB-Kandidaten/innen (04/21)

Check Aktivitäten Rat bis zur Wahl (04-09/21)

Check Aktivitäten der aktuellen Verwaltung (04-09/21)

Check Sicherung Corona-Innenstadt-Bundesmittel für Magni (asap)

Kontakt zur Magni-Bürgerschaft, Kaufmannschaft, AAI,

## F) Dialog-Veranstaltung:

**magni-i club,**

Relevante Immobilienbesitzer von Immobilien im Viertel treffen sich viermal pro Jahr. Persönliche Einladung, Impulsreferat, kurzer Bericht aus der Arbeit, Gastgeber Stadthotel,

---

Martin K. Burghartz/ bita communications gbr,

Kuhstraße 8, 38100 Braunschweig, T. 0160-3695914

[m.burghartz@bita-communications.de](mailto:m.burghartz@bita-communications.de) [www.bita-communications.de](http://www.bita-communications.de)

