



Vereinigung Hilfe zur Selbsthilfe e.V. · 6370 Oberursel 5
Telefon 06171-76088 · Telefax 06171-79921

Ideenskizze
zur Nutzung der neuen Terrasse
bzw. überhaupt und so

Betrifft: Raus aus der ökonomischen Enge!

15.3.1992

1. Hintergrund

Es gibt m.E. eine gewisse Interessenidentität zwischen verschiedenen auf dem Gelände der Krebsmühle ansässigen Betrieben. Das ist die nach mehr Bekanntheit bzw. deren Umsetzung: mehr Kunden-/Gästefrequenz. Dieses gemeinsame Interesse betrifft nach meiner Einschätzung den Antikladen (mit seinen diversen Händlern), die Ablaugerei, die Linse, die Arguk, Textline und den neu eingezogenen Gartenbaubetrieb Grätz und Göldner („die Gärtner“).
Bei der Arguk und bei Textline ist das Interesse an mehr Publikumsverkehr möglicherweise nicht ganz so stark, weil hier der Umsatz nicht zum größten Teil an „Laufkundschaft“ orientiert ist.
Der Verein Hilfe zur Selbsthilfe als Hausbesitzer und sozusagen übergeordnete Struktur muß ebenfalls Interesse an mehr Publikum haben, weil er „das Wohl seiner Mieter“ im Auge haben muß: ökonomische Stärke der Einzelmietler sichert erstens über gesicherte Mieteneinnahmen auch den Verein langfristig ökonomisch ab und sorgt zweitens für ein weniger streßbeladenes „angenehmes Betriebsklima“ auf dem Gelände. Gerade das letztere hat sich nach meinem Eindruck im letzten Jahr sehr positiv entwickelt. Aus diesem Eindruck entsteht auch die Idee der Möglichkeit von mehr Zusammenarbeit.

2. Entwicklung und Stand der Dinge

Das ist jetzt zunächst teilweise Info, teilweise subjektive Darstellung der Entwicklung in den letzten beiden Jahren (noch nicht mal ganz zwei). In denen wurde ein Riesenberg an Streß abgewickelt.

Bezogen auf den Gesamtzusammenhang:

Streß zwischen PuFo, Familie Pawlowski und der tragenden Gruppe der Krebsmühle wg. Chaos dortselbst, Unzulänglichkeiten in den Vermieter-/Bauherrenpflichten des Vereins sowie wegen der Disco. Streß mit dem Bauamt wegen der Disco. Streß mit der Disco (sprich Tom, Manfred) wegen der Disco. Streß mit der Linse wegen der Disco. Streß mit Fam. Pawlowski wg. Arena. Streß mit Arena wegen der Linse. Streß mit der Linse wegen Arena. Streß zwischen der Linse und Arena. Streß mit allen wegen der Asylantenfrage (im Stadium des noch ungelegten Eies). Streß mit und um den Kindergarten. Und so weiter.

Ich denke, daß die letztendlich dann gefundenen Lösungen niemandem größere Probleme bereiten: der Kindergarten „paßt“ ebenso in ein idealtypisches Gesamtbild der Krebsmühle wie die entstandenen Wohnungen für ausländische Neubürger, die Gartenbaufirma, die vergrößerte Arguk und – immer vergessen, weil noch kaum in Erscheinung getreten – die Erfinderwerkstatt Pons. Die jetzt zunächst vorgesehene Nutzung der Arena-Räume im irgendeinem Kontext mit dem Antikladen wird auch niemand sonderlich behindern oder belästigen.

Den Verein – Info – hat die Lösung der Disco- und der Arena-Problematik rund 250.000 DM gekostet.

Bezogen auf die ursprünglichen Krebsmühlen-Betriebe und den Verein:

Gruppendynamisch ist es gelungen, den gordischen Knoten aus Unverbindlichkeit, Beliebigkeit, Kompetenzenwirrwarr und Perspektivenlosigkeit zu zerschlagen. Die Gruppe ist „gesundgeschrumpft“, das durchschnittliche „Zugehörigkeitsalter“ der Mitglieder ist wieder angestiegen, die Aufgaben sind klar verteilt, die Kompetenzen geregelt. Alle Gruppenmitglieder



Vereinigung Hilfe zur Selbsthilfe e.V. · 6370 Oberursel-Weißkirchen
Dresdner Bank (BLZ 50080000) Konto 0375144201
Evangelische Kreditgenossenschaft eG (BLZ 52060410) Konto 4114418
Gerichtsstand: Amtsgericht Bad Homburg, VR 659
Erster Vorsitzender: Karl Bergmann

haben mindestens mittel- oder langfristige Perspektiven im Kontext der Krebsmühle. Einigkeit besteht wohl darin, aus diesem neu entwickelten Gruppenkern heraus weiterzuarbeiten und personenbezogene Expansion eher sehr vorsichtig und „vom Rande her“ anzugehen. M.E. wichtigste Neuerung: nicht jede/r Neue im Rahmen der ursprünglichen Krebsmühle-Betriebe hat damit automatisch Sitz und Stimme bei Entscheidungen, die über seinen/ihren unmittelbaren Arbeitsbereich hinausgehen.

Das schafft intern und bezogen auf alle anderen im Gesamtzusammenhang der Krebsmühle Verlässlichkeit und Vertrauen (Berechenbarkeit).

Ökonomisch verrate ich keine Geheimnisse, wenn ich sage, daß die Krebsmühle GmbH, Textline und (im gewachsenen und über Jahre regelrecht gepflegten Chaos der Krebsmühle-Buchhaltung unentwirrbar damit verknüpft) der Verein noch vor gut einem Jahr mit dem Rücken an der Wand standen: hoffnungslos überschuldet und ohne jede Perspektive auf positive Veränderung. Im Gegenteil: der Verein mußte sich zudem noch mit der Disco-Problematik herumschlagen. Die Laugerei war auf ökonomischem und arbeits- und umwelttechnischem Gebiet auf Tiefststand angelangt. Der Laden schaffte gerade noch Minimalumsätze, bis unter 30.000,- Mark im Monat. Das endgültige „Aus“ schien nur noch eine Frage der Zeit.

Die (aussichtslose? Nie nie sagen!) Sanierung ist – ohne mit Einzelheiten langweilen zu wollen – mittlerweile weitgehend gelungen. Die Laugerei arbeitet auf arbeits- und umwelttechnischem wie auch auf optischem Bestand. Die Arbeit des letzten Jahres war gut, das Ansehen der Laugerei in der Öffentlichkeit ist gestiegen. Das macht sich in stabilen und ansteigenden Umsätzen bemerkbar. Der Antikladen hat sein Konzept geändert: die früheren Kommissionäre sind jetzt selbständige Händler im Laden und bewirtschaften angemietete Flächen. Dies macht sich positiv in Bezug auf die Qualität und den Preis der angebotenen Ware bemerkbar, was wiederum – wie bei der Laugerei – zu einem verbesserten Ruf des Ladens und also zu mehr Umsatz geführt hat. Von ganz entscheidender Bedeutung war in dieser Entwicklung die Veränderung des Laden-outfit, also die durchgeführten Um- und Neubauarbeiten. Der Verein hat in diese Baumaßnahme rund 600.000,- Mark investiert. Zum Verein: man hält's nicht aus, aber es ist gelungen, die Vereinsökonomie aus der Ökonomie der Krebsmühle-Betriebe herauszuwinden. Es ist dann – buchstäblich in letzter Minute – gelungen, den Transfer Disco-Kindergarten finanziell sicherzustellen. Ein sehr sauberer und fairer Vertrag mit der Stadt Frankfurt hat den Bau der Flüchtlingswohnungen (Investitionssumme inklusive Büro-Umbau 550.000,- DM) ermöglicht. Über die Verhandlungen in diesem Kontext haben wir eine Bank gefunden, die bereit ist, fair und offensiv mit dem Verein bei seinen baulichen Erneuerungs- und Erweiterungsvorhaben zusammenzuarbeiten. Und schließlich ermöglicht die Krebsmühle diese Zusammenarbeit, indem sie die dingliche Sicherheit für weitere Bau-Kredite darstellt: ein im letzten Jahr erstelltes Wertgutachten weist der Krebsmühle endlich einen Wert zu, in dem sich die zahllosen ehrenamtlichen Arbeitsstunden materiell niederschlagen.

Ab sofort und für die Zukunft dürfte gelten: mit dem Grundbuch der Krebsmühle als Sicherheit lassen sich alle die Bau-Kredite realisieren, mit denen solche Neu- oder Umbauten auf dem Krebsmühlegelände finanziert werden, die 1. in das »idealtypische« Bild einer entwickelten Krebsmühle passen (Verein = gemeinnützig = inhaltlich gemeinnützigen kulturellen, ökologischen und vor allem sozialen Zwecken, Experimenten verpflichtet) und/oder 2. der Verschönerung, Erweiterung, Konsolidierung des Vorhandenen dienen und 3. „sich rechnen“, sprich: einen monatlichen Ertrag zu erwirtschaften versprechen, der die Zins- und Tilgungsleistungen des Neukredits abdeckt. Der Einzelfall müßte natürlich geprüft werden, aber m.E. spricht nichts dagegen, diese Kreditwürdigkeit des Vereins auch der individuellen Planung der anderen Betriebe in der Krebsmühle für entsprechende Vorhaben zur Verfügung zu stellen.

Insgesamt sieht die ökonomische Lage KM GmbH und des Vereins so aus, daß die gegebene Einnahmesituation (gerade so eben, ohne viel Luft) die monatlichen Ausgaben deckt. Würde dies in den nächsten vier Jahren in etwa so bleiben, wären KM GmbH und Verein in vier Jahren „aus dem Größten raus“, weil dann eine Reihe von Krediten erledigt sind.

Die Textline GmbH steht nicht so solide da: die Lage auf dem Satz-Markt ist schwierig, Textline sucht dringend nach mehr Satz-Aufträgen und neuen Kunden. Eine entsprechende Werbekampagne läuft, für Unterstützung (Weitersagen) sind wir dankbar.

3. Gesicherte Perspektiven

Mal „oben“ angefangen: die Gärtner übernehmen die Gestaltung des oberen Hofes mit einer eigenständig geplanten und durchgeführten Anlage eines „Mustergartens“. Diese Anlage dient den Gärtnern zugleich als „Aushängeschild“ (Demonstration/Werbung). Dem gesamten Bild der Krebsmühle gegenüber dem Kunden/Gast/Besucher kann das nur entgegenkommen.

Das Bauteam der Krebsmühle wird nach Fertigstellung der Arena-Räume in ca 2 Wochen und in Kombination mit einer kleineren Baumaßnahme im Kindergarten daran gehen, auch äußerlich die Krebsmühle frühjahrsmäßig herauszuputzen: Ausbessern des Außenputzes, Neuverputzen ringsum ums Hauptgebäude, danach wird die gesamte Fassade neu gestrichen. In diesem Zusammenhang wird der ehemalige Linse-Garten endgültig saniert (Mauer weg, neu isolieren, Fußbodenbelag). In welchem zeitlichen Ablauf welche Arbeiten erfolgen, ist abhängig vom Wetter und von einer möglichst effektiven Bewältigung und also Planung der verschiedenen Aufgaben für das Bauteam. Nach Abschluß dieser Arbeiten (geplant: Anfang Mai) werden die Arbeiten am „Winkelbau“

beginnen. Der „Winkelbau“ ist ein im Endzustand ca. 400 m² großes Gebäude auf dem ehemaligen Zeltplatz, das sich winkelförmig an den Pappeln und an der Wand des Kindergartens entlang zieht. Es handelt sich um ein eingeschossiges Bauwerk, auf Sockel wegen der Wurzeln der Pappeln und um nicht mehr Boden zu versiegeln, in Holzbauweise und mit Gras-Flachdach. Die Baustelle wird das hoffentlich bis dahin vorhandene angenehme Äußere des Hofbildes wohl nicht wesentlich beeinträchtigen, wegen der Holzbauweise. Die Bauzeit wird wohl auf drei Monate geschätzt. Zur Nutzung siehe weiter unten.

So gut wie sicher ist, daß wir mit der „großen Baustelle“, sprich Abriß von Holzwerkstatt und Laugerei und entsprechender Neubau in diesem Jahr noch nicht beginnen werden.

4. Langfristige bauliche und überhaupt Perspektiven

Im nächsten Jahr wird dann die „große Baustelle“ durchgeführt. Entstehen wird ein 1,5geschossiges Winkelgebäude mit Keller und Giebeldach, wobei die Firsthöhe des Neubaus maximal 5 Meter höher sein darf als die Hof-Grundfläche. Mit diesem Bau werden ca. 1.600 m² Lager-, Büro- und Wohnräume geschaffen. Nach Abschluß bzw. im Zuge der Baumaßnahme wird das gesamte umgebende Gebiet, also Wäldchen, Teich und Sumpfland, hintere Wiese nach Landschaftsschutzgesichtspunkten umgestaltet; Nebeneffekt ist ein erhöhter Freizeitwert durch erhöhte Attraktivität dieses Geländes (Spaziergänge, Ausflügler).

In fernerer Planung ist die Überbauung der beiden Gewölbekeller im oberen Hof zu möglicherweise interner gastronomischer/kommunikativer Nutzung (Vereins-Zentrum?, Club?, Wein-Pinte?).

Insgesamt (mit Winkelbau) wird sich die Krebsmühlen-Nutzfläche in den nächsten beiden Jahren um ca. 2.000 m² erweitern.

Dies schafft einerseits Möglichkeiten für Expansionsabsichten der in der Krebsmühle bestehenden Betriebe. Andererseits werden neue Betriebe (Büros? Läden? Werkstätten?) sich einmieten. Hier besteht also die Chance für die eingessenen Betriebe, Freunde und deren Umfeld auf die Krebsmühle zu holen und sich überhaupt in eine Diskussion über wünschenswerte Entwicklungen/Veränderungen in dieser Richtung einzuklinken.

Den Anfang dazu bietet der Winkelbau: nach Abschluß dieser Baumaßnahme sind in der Krebsmühle 240 zusammenhängende Büro(?)fläche zu vergeben, entweder im Winkelbau selbst oder im derzeit von Textline und KM/Verein genutzten Büro (durch Umzug von Textline und KM/Verein in den Winkelbau). Derzeit sind durch den Auszug von Software Team schon rund 100 m² Bürofläche frei. Aber auch in bezug auf die „große Baumaßnahme“ sind Überlegungen interessant, welche neuen Betriebe denn eigentlich in das Hof-Gelände passen. Das Problem ist nicht, Räume zu vermieten, denn der Raumbedarf ist groß und die Lage der Krebsmühle für vieles ausgesprochen günstig. Aber warum soll man zuwarten und sich damit der Chance begeben, schon durch die Auswahl der potentiellen neuen Mieter ein Hauptanliegen zu unterstützen, das wir wohl alle haben: ökonomisch sorgenfrei und in angenehmer Atmosphäre über die Runden zu kommen.

5. Wie geht's aktuell weiter bzw. könnte es weitergehen?

Der erste Nutzungsansatz der Krebsmühle (neben Laugerei, Werkstatt und Möbeln) war der gastronomische/Freizeitangebotsansatz. Mit (Kinder)Theater, großem Café-Restaurant, Terrasse und Garten, außerdem dem Spaziergelände ringsum und noch dem Flair des Alternativen/Chaotischen war die Krebsmühle zu diesen Zeiten unschlagbar: ein wahrer Massenzulauf an Wochenenden und zu Veranstaltungen war die Regel. Davon vor allem profitierten die damals noch sehr schlecht geführten KM-Betriebe.

Die zunächst anstehende Nutzungsvariante (Linse und Disco, dazu Theater) hätte auch ohne den alternativen Touch die Publikumsfrequenz gehalten oder sogar gesteigert. Statt Disco gibt es aber nun den Kindergarten, statt Arena eine neue Möbelverkaufsfläche. Für die Freizeitgestaltung in der Krebsmühle sind also heute nur noch das Möbelgucken im Laden und die sehr eingeschränkte Fläche der Linse übriggeblieben. Entsprechend ist die Publikumsfrequenz.

Das ist nun schon eine Weile Stand der Dinge und, mit Hin und Her und der Hilfe verschiedener Werbemaßnahmen und Überlegungen (etwa die Linse: der Mittagstisch mit sehr positiver Entwicklung und Bedeutung, nicht nur in bezug auf mehr Gäste), es sieht so aus, als kämen alle bei diesem Stand der Dinge halbwegs zurecht.

Das ist gut so, weil man dann ohne Panik über Verbesserungen nachdenken kann.

Eine solche ist meiner Ansicht nach, den aus-welchen-Gründen-auch-immer-Besucher der Krebsmühle mit den anderen auf dem Gelände vorhandenen Betrieben und deren Dienstleistungen zu konfrontieren. Dazu gehört z.B. eine vernünftige Beschilderung/Wegweisung und dazu kann gehören, das jeweilige Prospektmaterial in „öffentlichen Betrieben“, sprich Laden und Linse hervorgehoben zu präsentieren. Je interessanter das Gelände für den Besucher/Kunden/Gast (und die diversen auf dem Gelände angebotenen Dienstleistungen ergänzen sich ganz gut, kommen also für dieselbe Person in Betracht), desto häufiger sein Erscheinen und desto wahrscheinlicher seine beiläufige Bemerkung am Stammtisch oder in trauter Familienrunde über die Krebsmühle. Denn als sicher darf gelten: eine Vielzahl von Menschen hat zumindest schon mal den Namen „Krebsmühle“ irgendwo gehört, kann also mitreden. Bei gutem Service und guter Küche in der Linse, ansprechenden Leistungen der Gärtner, sauberer Ablaugarbeit und gescheiten Preisen im Laden entsteht so ein insgesamt positives Image der Krebsmühle. Gehn wir doch mal hin.

Eine weitere Verbesserung könnte in mehr und/oder besserer Werbung bestehen. Ich bin dabei nicht unbedingt davon überzeugt, daß hier „mehr“ auch tatsächlich mehr ist. Derzeit kämpft jeder Betrieb in der Krebsmühle für sich allein um Kunden. Eine spezifisch eigene Werbung zu machen ist auch sicher sinnvoll. Daneben aber bleibt das Werbepotential „Attraktivität durch Vielfalt“ ungenutzt. Unsere Idee dazu ist etwa ein Falter analog der soeben in 100.000 Exemplaren gedruckten Laugerei/Laden-Werbung, indem unter dem Titel „Kennen Sie die Krebsmühle?“ oder so ähnlich auf einzelnen oder halben Seiten die verschiedenen Betriebe vorgestellt werden. Das Faltblatt könnte mit der Laugerei-Werbung zusammen flächendeckend verteilt werden und innerhalb der Krebsmühle an den strategisch wichtigen Punkten ausliegen. Zu überlegen wäre, ob in einer solchen „Broschüre“ nicht auch PuFo, Kindergarten etc. vorgestellt werden sollten (um z.B. den unmittelbaren Werbecharakter zu mindern). Eine Seite in einem solchen gemeinsamen Werbe-Prospekt würde den einzelnen Betrieb inklusive Verteilung etwa 2000 Mark kosten. Das entspricht 2 Pfennig pro verteiltem Prospekt.

Gute Erfahrungen haben wir mit unserer Werbung im Inserat. Es spräche nichts dagegen, die laufende Werbung gegen Kostenbeteiligung der interessierten Betriebe auf den Tenor „Besuchen Sie die Krebsmühle, weil ...“ umzustellen.

Entsprechende Gedanken machen wir uns zur Zeit bei der Beschriftung unseres neuen Transporters. Da wäre die Chance, in die Richtung „Krebsmühle – Ihr Ausflugsziel im Grüngürtel Frankfurts“ zu beschriften, also weg von der spezifischen Einzelwerbung für den Laden oder die Laugerei.

6. Freizeitziel Krebsmühle

Gute Werbung zu machen ist eines. Wenns dann aber nur Bluff war, bringt sie nicht nur nicht viel, sondern die Leute fühlen sich verscheißert. Wenn man also über das „Freizeitziel Krebsmühle“ werben will, muß man sich auch Gedanken darüber machen, wie man das Gelände freizeitmäßig attraktiver machen kann. Dazu fallen mir die Gärtner ein, die den oberen Hof hoffentlich zu einem solchen Anziehungspunkt machen werden. Dazu fallen mir die geplanten Baumaßnahmen zur äußerlichen Fassadengestaltung ein. Dazu fällt mir ein, daß der Außenbereich des Kindergartens außerhalb der Kindergarten-Betriebszeiten nach einer entsprechenden Diskussion mit dem Kindergarten möglicherweise von Besucherkindern genutzt werden könnte. Eine sinnvolle Umbaumöglichkeit innerhalb der Linse, um die größer und attraktiver zu machen (Problem Winter), ergibt sich nach Neubau des Heizraums. Ja, und schließlich haben wir eine wunderschöne halbfertige Terrasse, die – gastronomisch genutzt – etlichen zusätzlichen Gästen Platz bieten könnte und vielleicht (durch verändertes Angebot in diesem Bereich) zusätzlich Gäste in die Krebsmühle ziehen könnte. „Verändertes Angebot“ kann sich dabei sowohl auf die Gastronomie selbst als auch darauf beziehen, daß man auf einer solchen „abgeschlossenen“ Terrasse auch andere, neue Sachen oder Sachen neu ausprobieren könnte. Stichwort: Veranstaltungen. Und Frage: was könnte das sinnvollerweise sein, sodaß was nettes Neues, nicht neuer Streß dabei entsteht. Allerdings einschränkendes Problem, solange Freiluft: die nahe Autobahn mit ihrem Dauerlärm. Dieses Problem wird erfahrungsgemäß abends lästiger.

Meine Phantasie bewegt sich da in Richtung Äppelwoi-Kneipen-Situation, also die volkstümlichere Variante der Linse, die bei einer solchen Wahlmöglichkeit auf der eigentlichen Terrasse nicht weniger Gäste hätte (denn die Plätze werden voll), sondern ein besser sortiertes Publikum. Eben der gehobene Anspruch auf Gastlichkeit, mehr Umsatz durch mehr Ruhe. Die neue Terrasse könnte in sich selbst laufen, d.h. Bewirtung durch eigenen Tresen (der Verein hat noch seinen kompletten und sehr geeigneten Verpflegungsstand), nur Brezeln, Snacks, Schmalzbrote, Äppelwoi in Bembeln etc. (Abspülen? Klos?). Zu Veranstaltungen weiß ich nicht: vielleicht ab und an ein Clown Sonntags nachmittags, Kindertheater? Kabarett? Bühne wäre vorhanden. Risiko: was ist mit dem Wetter? Der große Vorteil bei Nutzung dieser Terrasse im Sommer besteht darin, daß sich Leben nach außen (zur Straße hin) zeigt. Für den vorbeifahrenden Autofahrer ist die Krebsmühle ein relativ totes Gelände, weil der obere Hof mit Wohn- und Kindergartennutzung – sofern von der Straße her überhaupt wahrzunehmen – eher Wohnen als gewerbliches/gastronomisches Leben präsentiert. Sonnenschirme und Beleuchtung am Abend auf der Terrasse hingegen sind von der Straße aus wahrnehmbar. Ein zweiter Grund: bei höherer Besucherzahl wird automatisch auf den äußeren und oberen Parkplatz ausgewichen. Es gibt aber nichts attraktiveres für den freizeitorientierten Autofahrer als solche Zusammenballung geparkter Autos mitten in der Pampa. Da muß doch was los sein – da könnte man was verpassen.

Allerdings muß die Terrasse erst fertiggestellt werden (was Geld kostet), muß eine personelle (Bedienung, Organisation) und sachliche (Tische, Stühle etc.) Infrastruktur aufgebaut werden (was bei schwer planbarer Ausbeute im ersten Sommer eine riskante Geschichte ist.

Deshalb ist die Grundidee, diese Geschichte als Joint-Venture zwischen Linse, Krebsmühle und möglicherweise anderen Interessierten innerhalb und außerhalb des Geländes aufzubauen. Geteiltes Leid ist halbes Leid und geteilte Freude soll sich ja verdoppeln.

Soviel zunächst einmal. Rom ist ja auch nicht an einem Tag gebaut worden.

K.B.