



HUGHES HERIE / HEMIS.FR

LANDOV / INTER-TOPICS

Prachtboulevard Champs-Elysées, H&M-Fassade in Paris: „Wir wollen unser kulturelles Erbe schützen“

FRANKREICH

Verlust der Seele

Paris fürchtet die Banalisierung seiner Champs-Elysées – und verbietet dem Textil-Multi H&M die Eröffnung eines bombastischen Kleidershops.

Die Fifth Avenue mag länger sein, jedes Hochhaus an der Causeway Bay höher, vielleicht liegt die Bond Street sogar mehr im Trend und, gewiss doch, die Ginza glitzert exotischer. Aber voilà – was das Flair angeht, jenes typisch französische Fluidum aus Prestige und Exklusivität, so rangiert die Pariser Pracht-promenade weit vor den umsatzstarken Einkaufsmeilen in New York, Hongkong, London oder Tokio. „Les Champs-Elysées“ – das Silbengeklingel verheiße, übersetzt, nichts weniger als paradiesische Felder.

Paris-Besucher empfinden den Bummel zwischen Triumphbogen und der Place de la Concorde daher oft als emotionalen Höhepunkt ihrer Visite, zumal wenn die Meile, wie derzeit, im vorweihnachtlichen Lichtermeer erstrahlt. Einheimische hingegen nennen die knapp zwei Kilometer lange Straße in patriotischer Bescheidenheit „die schönste Avenue der Welt“.

Und das soll so bleiben – auch wenn sich der Boulevard, gestaltet von Le Nôtre, dem genialen Landschaftsgärtner Ludwig XIV., in den vergangenen gut 300 Jahren vom baumgesäumten Spazierweg zur zehnspurigen Shoppingstrecke gemausert hat.

Gewiss, die Abgase und täglich bis zu 500 000 Besucher verbreiten eher den Eindruck, als tobte hier ein einziger großer Schlussverkauf. Aber egal ob bei der Fei-

er der Fußball-Weltmeister 1998, der glanzvoll inszenierten Jahrtausendwende oder alljährlich beim Nationalfeiertag am 14. Juli – die 70 Meter breite Trasse der Champs-Elysées dient immer auch als Bühne für die Selbstdarstellung der Republik.

Gefahr droht dem Symbol jedoch aus der Kulisse – hier nagen wuchernde Billigläden am Charme der Avenue. Cafés und Bistros haben Pizza-Bäckern und Fast-Food-Ketten Platz gemacht; astronomische Mieten – zwischen 5000 und 10 000 Euro pro Quadratmeter – verdrängen Kinos wie traditionelle Restaurants. Stattdessen dominieren Edelshops wie der pomöpse Luxustempel von Louis Vuitton oder überdimensionierte Mega-Stores von Gap, Nike und Adidas. „Die Champs-Elysées werden kolonisiert“, so der Internet-Aufschrei in einem Pariser Blog – „und die Franzosen röhren sich nicht einmal.“

Ganz Paris im unaufhaltsamen Würgergriff der internationalen Markenartikler? Nein, denn im linken Rathaus formiert sich offenbar nun Widerstand.

Alarmiert wurde die Stadtverwaltung durch eine Studie, die sie bei der Londoner Beratungsfirma Clipperton Development in Auftrag gegeben hatte: Die Experten für urbane Planung diagnostizierten eine gefährliche kommerzielle Monokultur auf der Avenue – 102 der insgesamt 332 Läden würden nur noch Textilien verkaufen. Werde der Vormarsch der Modezentren, großflächigen Sportläden und Bekleidungsketten nicht gestoppt, so die Fachleute vom anderen Ufer des Ärmelkanals, verkomme das Pariser Wahrzeichen zum „banalen Supermarkt“.

Schlummer noch: Den Champs-Elysées drohte sogar das Schicksal der Londoner Oxford Street – ein Ende als gesichtslose Einkaufszeile, geprägt von Ramschläden und Billigfilialen. „Schon jetzt“, konstatiert mitleidig der Londoner „Sunday Telegraph“, sei die Straße „nicht mehr sehr französisch“.

Die Volksvertreter von Paris zeigten sich nach der Horror-Prognose wie vom Donner gerührt. Vizebürgermeisterin Lyne Cohen-Solal, Sozialistin und zuständig für Handel, hatte auch gleich einen konkreten Gegner im Visier: den Textilkonzern Hennes & Mauritz (H&M), der 2008, ebenfalls an den Champs-Elysées, seine Pariser Zentrale aufzuschlagen gedachte.

Diese Pläne dürften jetzt am Widerstand der Gallier scheitern: Ohne Gegenstimme und bei nur einer Enthaltung stoppte die zuständige Zulassungskommission der Département-Verwaltung die Ambitionen des schwedischen Weltkonzerns. „Wir haben nichts gegen H&M“, ließ die rührige Cohen-Solal wissen, „aber die Champs-Elysées stehen auf der Kippe, der Avenue droht der Verlust ihrer Seele.“

Tatsächlich handelt es sich bei dem Vorhaben für Hausnummer 90 nicht einfach um eine weitere, zehnte H&M-Filiale in Paris: Star-Architekt Jean Nouvel hatte das Flaggschiff der Schweden als ultramodernen Modemarkt geplant – mit 2800 Quadratmetern Größe. Damit war die Schmerzgrenze überschritten.

Das schwedische Unternehmen will die Entscheidung vor der nächsthöheren nationalen Instanz anfechten. Bei den Kaufleuten auf den Champs-Elysées wurde das Veto gegen die skandinavische Konkurrenz dagegen mit klammheimlicher Freude aufgenommen. „Es war ja wohl mehr als bloß eine zusätzliche Boutique“, so der Sprecher der örtlichen Handelsvereinigung.

„Der Koloss ist abgewiesen“, freute sich die Zeitung „Le Parisien“. Und der Bürgermeister des XIII. Stadtbezirks ist sich sogar sicher, dass die H&M-Pläne endgültig vom Tisch sind: „Wir wollen nur unser kulturelles Erbe schützen“, so François Lebel, „damit unsere schöne Avenue nicht zu einer überdimensionierten Ladenpassage verkommt.“

STEFAN SIMONS