

Taufe mit 50 Jahren

Wie soll das Lerchenberger Einkaufszentrum heißen? Ortsbeirat will neuen Anlauf unternehmen

Von Ida Schelenz

LERCHENBERG. Das Einkaufszentrum (EKZ) in der Hindemithstraße gilt mit seinen Geschäften und Restaurants als Treffpunkt des Lerchenbergs. Eines wurde jedoch lange außer Acht gelassen: Seit 50 Jahren ist das Einkaufszentrum offiziell namenlos. „Eini“ wird es von einigen Alteingesessenen liebevoll genannt; bei Zugezogenen sorgt der Spitzname eher für Stirnrunzeln. 2015 wurden bereits im Rahmen einer Bürgerbeteiligung Namen diskutiert, jedoch ohne eine Mehrheit zu finden. Janot Friedl, der 50 Jahre auf dem Lerchenberg gelebt hat und sich damals ebenfalls beteiligte, nahm sich des namenlosen Zentrums nun an. Zwar kein Designer, als Diplom-Fotoingenieur mit gängigen Design-Programmen jedoch bestens vertraut, entwarf Friedl kurzum ein Logo zu seinem favorisierten Namen „Lerchen-Passage“.

Ein stilisierter Grundriss des Zentrums mit seiner langen Rampe, den Blumenbeeten und Zuwegen umrahmt den Schriftzug. Anstelle des Brunnens zeigt es eine Lerche in den Mainzer Stadtfarben. „Ich bin mittlerweile umgezogen, doch dem Lerchenberg bleibe ich verbunden. Da helfe ich gerne.“ Ein Logo könnte dem EKZ eine eigenständige Identität verleihen,



Die einen nennen es „Eini“, die anderen könnten sich für „Lerchen-Passage“ erwärmen. Für das Einkaufszentrum im Stadtteil wird ein Name gesucht.

Foto: Ida Schelenz

ähnlich dem Gutenbergcenter oder der Römerpassage, glaubt er. „Ein Name allein reicht nicht, es braucht immer auch ein Logo.“

Auch im Ortsbeirat wird Friedls Vorschlag diskutiert, wobei das Logo in allen Fraktionen auf Zuspruch stößt. Nicht so der Name. „Wenn man ‚Lerchenpassage‘ hört, weiß man dann, dass da Geschäfte sind?“, fragt sich Ingrid Schappert (CDU). Parteikollege Markus Gillenberger wirft ein, dass man Kunden und Gewerbetreibende zunächst nach ihrer Meinung fragen müsse. 2015 sei viel zu lan-

ge her, um jetzt einfach einen Schlusstrich unter die Aktion zu ziehen, bemerkt Jörg Lohmann (ebenfalls CDU). Nicole Krämer (SPD) erwidert: „Mit der Bürgerbeteiligung hat das nichts zu tun, das hier ist ein neues Werbekonzept.“ Freunde des lieb gewordenen „Eini“ und Befürworter eines neuen Namens halten sich im Ortsbeirat die Waage, so scheint es.

„Eini klingt ein bisschen nach Kindergarten“, sagt eine Dame, die ein Geschäft im EKZ betreibt, ihren Namen aber nicht in der Zeitung lesen möchte. Eine „Passage“ sei das EKZ in

ihren Augen zwar auch nicht, doch mit dem Namen „Lerchen-Passage“ könne sie sich anfreunden – vorausgesetzt, man würde den Gebäudekomplex auch optisch etwas aufpolieren. Ein Bogen am Eingang etwa, „gerne mit dem vorgeschlagenen Logo“, und eine einheitliche Fassade zur Hindemithstraße als Werbefläche für alle Geschäfte, die von dieser Seite nicht sichtbar sind. Ansonsten hält man sich unter den Gewerbetreibenden mit Meinungen zum Logo eher bedeckt. Das Thema scheint sensibel.

„Wer will, kann das Einkaufszentrum sein ganzes Leben ‚Eini‘ nennen“, sagt Ortsvorsteherin Sissi Westrich sichtlich bemüht. „Aber für Werbung eignet sich der Begriff nicht, da Außenstehende keine emotionale Bindung dazu haben.“ Sie hätte sich gewünscht, mit Unterstützung des Ortsbeirates ein Banner zu drucken und auf diese Weise zu werben. Ihr gehe es darum, die Gewerbetreibenden zusammenzubringen, insbesondere anlässlich des diesjährigen Jubiläums. Eine 50-Jahr-Feier, die für den 29. April angedacht war, musste bereits abgesagt werden. Der Ortsbeirat einigte sich schließlich darauf, demnächst als Jubiläumsaktion im EKZ mit Kunden und Gewerbetreibenden über den Namen ins Gespräch zu kommen.