

## »MediaSpree« Bündnis der Konzerne

Media Spree ist ein Netzwerk aus Lobbyisten, das sich das »Management« der Spreeufer in Friedrichshain-Kreuzberg zur Aufgabe macht. Diverse Großkonzerne aus der Bau-, Finanz- und Immobilienbranche arbeiten in der Media-Spree-Lobby zusammen – etwa Anschutz, Hoch-Tief, Allianz und viele mehr. Der Lobbyverbund Media-Spree wiederum ist eng vernetzt mit großen Unterhaltungskonzernen, wie MTV, Universal und O2.

Die MediaSpree-Lobby-Arbeit hängt eng zusammen mit dem sogenannten Stadumbau West, einem mit viel Kohle geförderten Senatsprojekt, das sich explizit für die »Aufwertung« der betroffenen Gebiete einsetzt.

## Fette Bauprojekte an die »MediaSpree«

Media Spree besteht aus einer Reihe zum Teil grössenwahnsinniger Bau- und Umbauprojekte. Zu MediaSpree gehört ebenso der Neubau der O2-Arena (s. Kasten) wie die Sanierung der Spreespeicher, wo schon seit einigen Jahren die Konzerne Universal und MTV residieren, der Neubau des Spreeports sowie die Sanierung der alten Heeresbäckerei. So unterschiedlich die einzelnen Bauprojekte sein mögen, die Nutzung ist doch immer die gleiche:

- Teurer Wohnraum für die, die sich sowas leisten können
- Büroflächen, bevorzugt für Medien- und sogenannte Kreativ-Firmen
- Fragwürdige kommerzielle Unterhaltung
- Konsumflächen: Warenpaläste zum Geldausgeben

## Aus vielen Gründen ekelhaft: »MediaSpree« Stadtentwicklung von oben

»MediaSpree« ist ein klassisches Beispiel für hässliche Stadtentwicklung von oben. Die Meinung der AnwohnerInnen ist nicht gefragt; allenfalls auf Alibi-Veranstaltungen dürfen sie ihre Meinung kundtun, um der Form Genüge zu leisten.

### Private Aneignung des Raumes

Sollten die Pläne der »MediaSpree«-StrategInnen in Erfüllung gehen, so wird fast das gesamte Ufergebiet privat-kommerziell genutzt und in der Hand grosser Konzerne sein. Der Zugang regelt sich dann nach einem einfachen Schema: wer zahlen kann und will und auch sonst den Interessen der Eigentümer entspricht, darf rein – alle anderen bleiben draußen.

### Hohe Kosten für die öffentliche Hand, Privatisierung der Gewinne

Es ist mittlerweile zur Regel geworden: die Kosten trägt die öffentliche Hand, Gewinne fließen in private Taschen. So wurden die Erschließungsmaßnahmen (Straßen, Beleuchtung usw.) für die O2-Arena in Höhe von 15,6 Mio. € fast vollständig von der öffentlichen Hand bezahlt – die Profite aus dem Betrieb der Halle werden jedoch zwischen einigen Großkonzernen aufgeteilt.

### Zubetonierung der Spreeufer

Der ehemalige Mauerstreifen soll – bis auf einen schmalen, geleckten Park und einen Uferweg – fast komplett zugebaut werden. AnwohnerInnen-Gärten, Parks, Freiflächen,

Spielplätze, Wagenburgen? Pustekuchen, damit sind keine Profite zu machen.

### Aufwertung, Verdrängung, Mieterhöhung

Schon jetzt ist in Kreuzberg und Friedrichshain eine massive Verteuerung vor allem bei den Mieten zu beobachten. Durch MediaSpree wird dieser Prozess noch gefördert: langjährige EinwohnerInnen mit geringem Einkommen werden verdrängt, die neue schicke Szene macht sich breit, und das alles soll uns als »Aufwertung« schmackhaft gemacht werden.

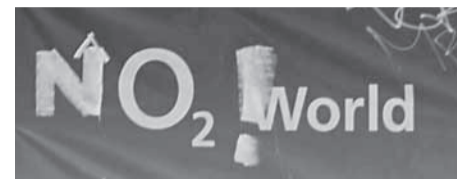
### Vertreibung alternativer Strukturen und Projekte

Für alternative Projekte ist in den Plänen der »MediaSpree«-Lobby kein Platz vorgesehen. Alternatives Wohnen, alternative Kultur, selbstorganisierte nichtkommerzielle Freiräume? Köpi, Schwarzer Kanal oder die NewYork im Bethanien? Geht es nach den Investoren, sollen sie alle verschwinden – in deren Konzept einer »neuen kreativen Kreuzberger Mischung« soll dafür kein Platz mehr sein. Aktuell betrifft dies vor allem Köpi und Schwarzen Kanal: die Köpi soll versteigert werden, der Schwarze Kanal geräumt – denn die EigentümerInnen der Bürobloks in der Umgebung fühlen sich durch diesen Anblick gestört.

### »MediaSpree« lokal – G8 global

Was wir an den Spreeufern in Berlin erleben: Subventionen für kapitalträchtige Investoren, Privatisierung öffentlicher Grundstücke, staatliche Planung entlang der Interessen von Immobilienunternehmen und ansiedlungswilligen Konzernen statt der lo-

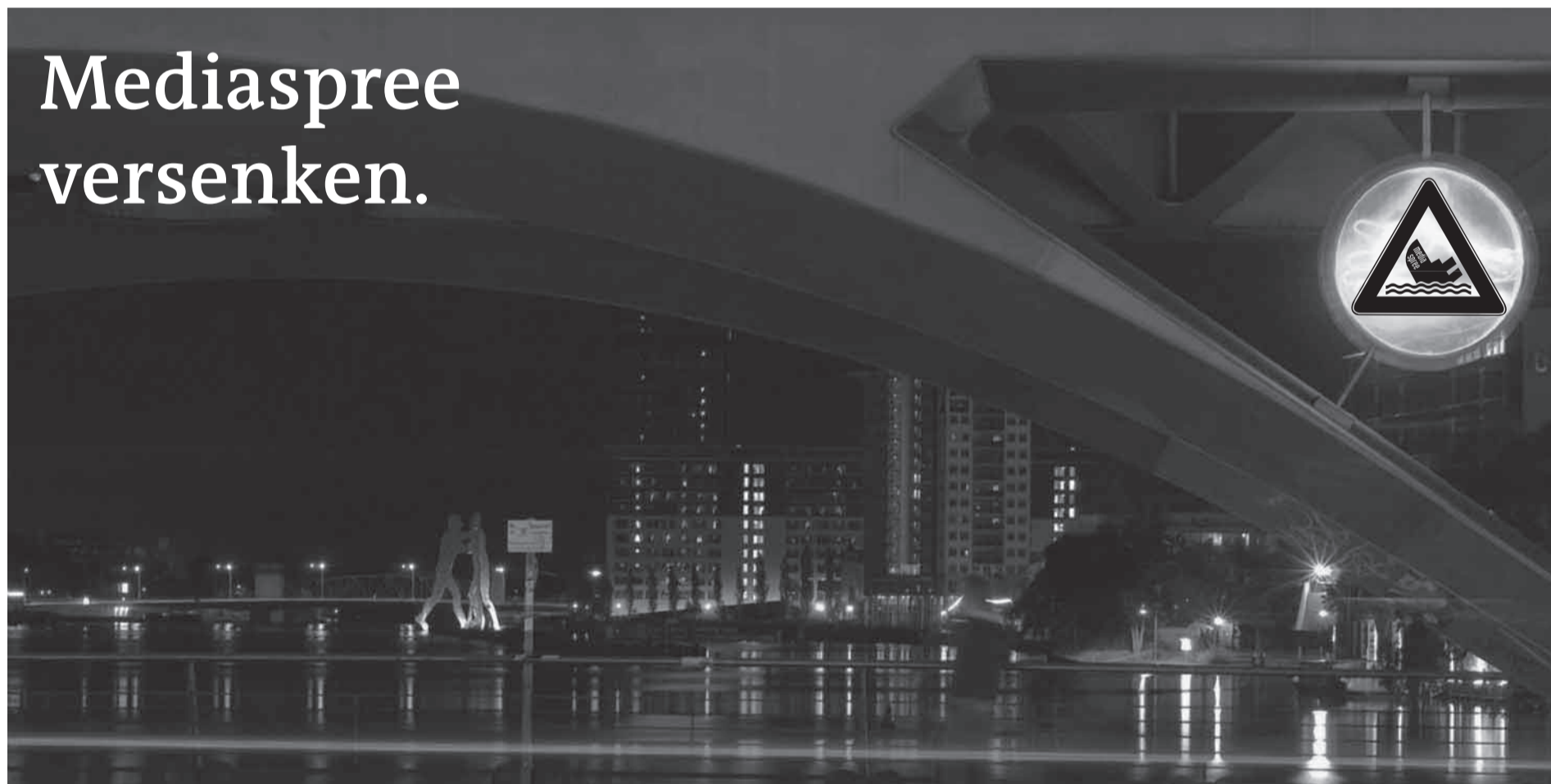
kalen Bevölkerung, das Fitmachen eines Standorts für den globalen Markt, das In-Kauf-Nehmen von Verdrängung und Vertreibung derjenigen Leute, die sich hohe Mieten nicht leisten können – all das zeigt exemplarisch vor Ort die Folgen des aktuellen, weltweit wirkenden Kapitalismus. Die Reichen werden dabei immer reicher, die Armen immer ärmer, und gleichzeitig ist der Liberalismus immer mehr die Freiheit derer, die Kapital besitzen. Das Treffen der G8 steht symbolisch für diese Verhältnisse, und daher wird im Juni in Heiligendamm auch massenhaft dagegen protestiert. Aber nicht nur dort, auch vor Ort, z.B. bei »Media-Spree«, können wir die kapitalistischen Machtverhältnisse, Interessen und Auswirkungen thematisieren und angreifen. Global denken – lokal handeln!



## »MediaSpree«: Versenken.

Ende April beteiligten sich über 500 Menschen am »informativen und demonstrativen Kiezspaziergang« gegen MediaSpree. Und das ist erst ein Anfang. Seien wir kreativ! MediaSpree ist ein gigantisches Projekt – entsprechend groß ist auch die Angriffsfläche. Ob BürgerInnenbegehren oder Besetzung, direkte Aktion oder Informationsveranstaltung – gemeinsam sind wir stärker! MediaSpree ist stark – aber MediaSpree ist nicht unversenkbar! Entwickeln wir eigene Visionen zur Zukunft des Spreeufers: Spree-Idyll für Alle! Berlin bleibt dreckig!

# Mediaspree versenken.



## Steuergeschenke für Universal, Vivendi, MTV

Universal bekam 10 Mio € »Starthilfe« vom Berliner Senat für den Umzug an die Spree; weitere 8 Millionen wurden dem Universal »Mutterkonzern« Vivendi (weltweit groß im Geschäft mit der Privatisierung des Trinkwassers) an Strafzahlungen für nicht eingehaltene Arbeitsplatzversprechen erlassen.

Auch MTV erhielt als Umzugsbeihilfe an die Spree für den Umbau der Hallen ein Senatsgeschenk in (ungenannter) Millionenhöhe.

## Club 103, Nike und die Strategie der »Kulturellen Camouflage«

In der Falkensteinstraße 47/48 poliert Nike in Kooperation mit Club 103 sein »Ghetto«-Image auf. Ein Wandbild zeigt zwei überdimensionierte brasilianische Fußballer, die Nike-

Klamotten tragen. Diese Strategie hat System, sie heißt »Cultural Camouflage«. Nike gibt sich neutral, sozial und subkulturell und eröffnet in trendigen Stadtvierteln »Showrooms« und Clubs. »Nike ist cool, Nike ist subversiv, Nike ist Ghetto...« – diese Botschaft will Nike verbreiten.

Natürlich ist Nike nichts davon, sondern ist Konsum und Profit, beruhend auf massiver Ausbeutung weltweit. In Toronto etwa ist dies durchaus bekannt – hier wurde 2003 ein Nike-Showroom nach handfester Kritik (z.B. Farbbeutel) geschlossen.

## O2-Arena und die neue Brücke über die Spree

Allein für die O2-Arena werden 6.000 neue Parkplätze entstehen. Der Bau dieser überdimensionierten Veranstaltungshalle wird von der Anschutz-Gruppe durchgeführt, O2 zahlt für die Namensrechte eine dreistellige Millionen-summe. An über 300 Tagen im Jahr sollen hier Veranstaltungen für bis zu 17.000 BesucherInnen durchgeführt werden – u.a. die Spiele der Eishockeymannschaft »Eisbären«, de-

ren Besitzer zufälligerweise ebenfalls Anschutz ist. Viele der BesucherInnen werden mit dem Auto anreisen. Leider sind fast alle Zugangsstrassen schon heute überfüllt. Allerdings gibt es noch einige Strassen in Kreuzberg, die vor allem von AnwohnerInnen genutzt werden. Um diese ebenfalls zu Durchgangsstrassen für den Massenverkehr zu machen, bedarf es einer neuen Autobrücke über die Spree – und die soll gebaut werden, als Verlängerung der Eisenbahnstrasse in Kreuzberg, mit EU-Geldern und mit Unterstützung fast aller Parteien (inklusive der sogenannten Grünen).

Mittlerweile hat sich eine eigene Gruppe gebildet, die sich die Verhinderung der geplanten Brücke auf die Fahnen geschrieben hat (Kontakt: keine\_autobruce@gmx.net).

Findet ihr das Thema »MediaSpree« spannend, die geplanten Vorhaben ekelhaft? Alle zwei Wochen findet in der NewYork im Bethanien das regelmäßige Diskussions- und Aktionstreffen des Initiativkreises »MediaSpree Versenken!« statt (jeden 1./3./5. Montag im Monat, 20 Uhr). NeueinsteigerInnen sind herzlich willkommen! Mehr Infos findet ihr auf unserer Webseite

[www.ms-versenken.org](http://www.ms-versenken.org)  
[mediaspreeversenken@no-log.org](mailto:mediaspreeversenken@no-log.org)