

von
Lisa
Barthelmes

»Dort gibt es nichts zu sehen«

Shoppingmalls, Supermärkte und Stadtplanung in Hanoi

Die Autorin promoviert am Max-Planck-Institut für ethnologische Forschung zu Marktmodernisierung und StraßenhändlerInnen in Hanoi.
E-Mail: barthelmes@eth.mpg.de

September 2011. Ein Hauch von Moderne fegt durch die Altstadt Hanois. In der Duong Thanh Straße malen Neonscheinwerfer bunte Lichtkreise auf Häuserfassaden. Durch die schmalen Gassen schallt ohrenbetäubende Technomusik. Viele Anwohner und Schaulustige sind gekommen, um das Spektakel mit eigenen Augen zu sehen. Dort, wo bisher das Gebäude des Hang Da Markts stand, steht nun in pinkfarbenen Leuchtbuchstaben *Hang Da Galleria*. Aus einem traditionellen Markt ist innerhalb von zwei Jahren eine 17.530 Quadratmeter große, fünfstöckige Shoppingmall geworden. Das gesamte Viertel ist auf den Beinen, um an der Eröffnungsparty teilzunehmen oder zumindest einen Blick zu erhaschen auf die überdimensionalen Modeplakate und bunten Werbebanner. Statt Blumen, Obst und Gemüse sollen nun überwiegend Kleider von der Stange verkauft werden. Internationale Marken wie *French Connection*, *Naf Naf* und *Birkenstock* werden hier ihre Geschäfte eröffnen. Eine Moderatorin im knappen Minikleid führt durch die Modenschau, die vor der Galleria unter freiem Himmel stattfindet. Models, deren Haut elfenbeifarben gebleicht ist, präsentieren mehr oder weniger gekonnt die neuesten Kollektionen. Das

alles soll die konsumfreudige Mittel- und Oberschicht Hanois in die Galleria locken und der Stadt außerdem ein modernes Image verleihen.

Denn die Renovierung des Hang Da Markts ist Teil eines allumfassenden Modernisierungsplans, der Hanoi bis 2020 in eine asiatische Metropole à la Singapur verwandeln soll. Das Volkskomitee der Stadt Hanoi beschloss 2007 die Umstrukturierung der traditionellen Märkte. Märkte, auf denen HändlerInnen bisher frisches Obst, Gemüse, Fleisch und Haushaltswaren verkauften, sollen sukzessiv durch moderne Supermärkte ersetzt werden. Zusätzlich sollen zahlreiche Einkaufszentren, und Shoppingmalls, so wie die *Hang Da Galleria*, entstehen. Denn die sogenannten »fresh markets«, so das Argument der Regierung, genügen weder modernen Hygienestandards noch Sicherheitsrichtlinien. Dahinter steht vor allem der Wunsch, Vietnam zu einem modernen, industrialisierten Staat zu machen. Die Marktöffnung im Jahr 1986, auch als »Doi Moi« bekannt, führte nicht nur zu einer stetigen Integration Vietnams in den Weltmarkt, sondern ging auch mit einem grundlegenden Wertewandel einher. So wirbt die kommunistische Partei heute mit dem Slogan »Vietnam – wohlhabende Bürger

Die Eröffnungsfeier der Hang Da Galleria im September 2011.
Fotos: Lisa Barthelmes



in einer starken Nation« anstatt mit sozialistischen Solidaritätssparolen.

Ein Jahr später. Ich bin neugierig, was aus der *Hang Da Galleria* geworden ist. Als ich ankomme, ist das Erdgeschoss des Einkaufsmarktes verlassen. Beim Betreten der Rolltreppe bemerke ich, dass sie außer Betrieb ist. Im 1. Stock finde ich vor allem leere Schaufenster vor, Kleiderstangen und Auslagen sind leerräumt. Nackte Schaufensterpuppen stehen verloren in einer Ecke. Im 2. Stock hat ein einziges Geschäft geöffnet. Hier ist Ausverkauf – alles wird zum Sonderpreis angeboten. Die Angestellte schaut überrascht von ihrem Smartphone auf, als ich an ihrem Tresen vorbeilaufe. Im Erdgeschoss finde ich schließlich die Gebrauchtkleiderabteilung. Diese gab es bereits im alten Hang Da Markt. Dort ist es etwas belebter, einige Kundinnen schauen sich hier um. »Die Geschäfte oben mussten schließen, da niemand dort etwas kaufen wollte« erklärt mir eine Ladenbesitzerin. Wie ihr Geschäft seit der Renovierung laufe, will ich von ihr wissen. »Schlechter als vorher, aber wenigstens haben wir überhaupt noch Kunden. Die Hanoi wissen, dass sie bei uns günstig gebrauchte Kleidung kaufen können, wir haben einen guten Ruf«. Da haben es die Obst- und Gemüsehändler im Untergeschoss schon schwerer. Die VerkäuferInnen hier mussten im Zuge der Renovierung den Luxusgeschäften im 1. und 2. Stock weichen und wurden in den Keller verlegt. Schlechte Luft und ausbleibende Kundschaft sind die Hauptbeschwerden, die hier geäußert werden. »Alles ist teurer geworden, zusätzlich bleibt die Kundschaft aus. Niemand weiß, dass wir hier sind« sagt eine Obstverkäuferin. Die Händlerinnen müssen pro Monat circa 2 Millionen Dong (umgerechnet etwa 80 Euro) für Strom, Wasser, Sicherheitskräfte und Standmiete bezahlen, was sich in höheren Konsumentenpreisen niederschlägt. Auch hier sieht man die Folgen der Marktliberalisierung: Aus einem öffentlich-staatlichen Markt wurde eine Privatimmobilie. Der vietnamesische Staat ist zwar im Rahmen einer öffentlich-privaten Partnerschaft am Hang Da Markt beteiligt, die Vermietung aber läuft über eine internationale Immobilienfirma.

Einkaufen in Hanoi ist mehr als der Erwerb von Waren

Leere Ladenflächen, ausbleibende Kundschaft, unzufriedene MarktverkäuferInnen – die *Hang Da Galleria* ist eine gescheiterte Investition. Grund dafür sind mehrere Planungsfehler. Weder die Regierung, noch die Investoren machten sich zuvor Gedanken über die Bedeutung des Hang Da Marktes oder die Einkaufsgewohnheiten der Hanoi. Wenn man sich die Entstehungsgeschichte Hanois ansieht, versteht man die Bedeutung der Märkte für die Identität der Stadt und ihre BewohnerInnen. Hanoi entstand auf



Die Einkommensstruktur der Anwohner lässt Luxusshopping nicht zu.

der Basis von Handelsnetzwerken zwischen der Altstadt und Umgebung. Kommerzielle und wirtschaftliche Aktivitäten spielten eine so große Rolle, dass Hanoi im 17. Jahrhundert auch als *Ke Cho*, »Marktplatz«, bezeichnet wurde. Heute hat jedes Viertel einen eigenen Markt, auf dem frisches Obst, Gemüse, Blumen sowie Fleisch und Fisch verkauft werden. Diese Märkte dienen nicht nur der Verteilung von Lebensmitteln, sondern sind vor allem soziokulturelle Orte. Hier werden neben dem Erwerb von Waren nachbarschaftliche Beziehungen gepflegt, soziale Netzwerke reproduziert und Wissen ausgetauscht. So entstehen zwischen KäuferInnen und VerkäuferInnen langfristige Beziehungen, die auf gegenseitigem Vertrauen und Loyalität beruhen. 80 Prozent der Vietnamesen und Vietnamesinnen gehen regelmäßig zum Markt, ein Großteil davon täglich. Die Haupteinkaufszeiten sind am frühen Morgen, zwischen 6 und 7 Uhr, sowie am späten Nachmittag. Zu diesen Zeiten ist das kulturspezifische Marktleben Hanois am besten zu sehen. So lässt sich beispielsweise beobachten, dass viele direkt an einen Stand heranfahren und einkaufen, ohne vom Roller abzustiegen.

Dies geht heute in der *Hang Da Galleria* nicht mehr. Denn um im Keller Lebensmittel einzukaufen, muss man den Roller abstellen und 5000 Dong Parkgebühr bezahlen. Kaum einer mag die Zeit und das Geld investieren. So florieren die Stände außerhalb der *Hang Da Galleria*. Die KundInnen können hier

dicht an die Ware heranfahren, kurz verhandeln, einkaufen und weiterfahren. Es gibt also auch Profiteure der Fehlplanungen: Die kleinen Gemüse-, Obst- und FischverkäuferInnen, die um den Markt verteilt sind. Auch viele mobile StraßenverkäuferInnen, die sich in den Seitenstraßen um die *Hang Da Galleria* ansiedeln, nutzen diese Chance, um Profit zu machen.

»Es ist einfach zu teuer«

Ein weiterer Planungsfehler hängt mit der Nachfrage- und Einkommensstruktur der mehrheitlichen Bevölkerung Hanois zusammen. Aus einem traditionellen Markt, den die Hanoier zum täglichen Einkauf frequentierten, wurde ein modernes Handelszentrum, in dem man »shoppen« geht. Der Geldbeutel der Altstadtbewohner lässt Luxusshopping jedoch nicht zu. Selbst Hanoi Mittel-schicht kann sich keine Birkenstocksandalen für 100 Euro leisten. »Es ist einfach zu teuer. Ich gehe lieber in die *Made in Vietnam* Geschäfte, dort ist es billiger und die Ware ist doch sowieso die gleiche.« sagt Phuong, eine Mitarbeiterin des Ministeriums für Investition und Planung. Wenn man etwas erleben will, geht man sowieso woanders hin. »Im Hang Da Markt gibt es nichts zu sehen. Kein Kino, kein Entertainment, kein Café« so die 18-jährige My.

Insgesamt gibt es in Hanoi heute ungefähr 20 Shoppingmalls sowie 110 Supermärkte. Der Hang Da Markt ist folglich nicht der einzige Markt, der renoviert wurde. Auch der Cua Nam Markt unweit des Hanoi Bahnhofs wurde in eine Shoppingmall umgewandelt. Nachdem auch hier die Kund-

Das Ergebnis fehlerhafter Planung.



schaft ausblieb, wurde aus dem Einkaufszentrum ein Bürogebäude. Einzig *Western Canned Foods* hat hier noch eine Filiale im Erdgeschoss – Konserven halten sich bekanntlich lange. Auch in den anderen Malls kämpft man mit mangelnder Nachfrage und niedrigen Verkaufszahlen. Viele Investoren finden keine Mieter für die Ladenflächen. »Dies liegt vor allem an der Wirtschaftskrise. Wir sind uns sicher, dass die mangelnde Nachfrage nur eine Momentaufnahme ist und bald vorübergeht« so ein Sprecher der verantwortlichen Immobilienfirma. Der Vietnamexperte Michael DiGregorio ist da anderer Meinung: »Moderne Shoppingmalls funktionieren in Hanoi einfach nicht. Die Superreichen fliegen zum Shoppen nach Singapur oder Bangkok. Dort gibt es mehr Auswahl und die Sicherheit, dass man keine Fälschungen kauft. Und der Rest kann es sich schlichtweg nicht leisten, in der *Hang Da Galleria* oder der *Picomall* einzukaufen.«

Es gibt aber auch Hanoi, die die steigende Zahl von Supermärkten begrüßen. »Ich kaufe hauptsächlich in Supermärkten ein. Dort ist es sauberer und die Auswahl an Produkten ist größer. Natürlich gehe ich auch auf den Markt, Gemüse und Obst sind dort oft frischer« erklärt Huong, die als Redakteurin bei einem Nachrichtensender arbeitet. So führt die Marktumstrukturierung auch zu einer Desintegration der BewohnerInnen. Nur wer es sich leisten kann, fährt in die Supermärkte oder Shoppingmalls, der Rest geht weiterhin auf den Markt.

Das Problem wurde nun auch von offizieller Seite erkannt. Im Juni 2012 hat das Ministerium für Industrie und Handel einen Workshop zum Thema »Märkte in Vietnam« abgehalten. Die Ergebnisse zeigen, dass der Staat sich zunehmend der Bedeutung der traditionellen Märkte bewusst ist. Dr. Trang Hung vom Ministerium für Industrie und Handel sagt, dass die Einkaufsmuster und –gewohnheiten der BewohnerInnen Hanois bei den bisherigen Modernisierungsmaßnahmen ignoriert und unterschätzt wurden. Nun sollen die täglichen Straßenmärkte erhalten bleiben.

Eine panasiatische Shoppingkultur, wie sie in Kuala Lumpur, Bangkok und Singapur bereits seit Jahren existiert, ist in Hanoi noch nicht angekommen. So steht die *Hang Da Galleria* verlassen inmitten der Altstadt und schaut verloren auf das Verkehrschaos, das sich im Kreisverkehr vor der Mall bündelt. Im Januar 2013 soll die *Trang Tien Plaza* neu eingeweiht werden. Der Shoppingkomplex am Hoan Kiem See wurde 2001 das erste Mal geöffnet, musste aber nach wenigen Jahren wieder schließen – aufgrund mangelnder Kundschaft. Ob es diesmal klappt, bleibt abzuwarten. Letztendlich entscheiden die KundInnen, ob und wie sie die neuen Orte des Konsums nutzen. Michael DiGregorio erinnert sich: »Der einzige Grund, warum die Hanoi-er damals in die Plaza gingen, waren die modernen Toiletten.«