

# Klaus Hoffmann Zur Sache: Wider die Vermarktung denkmalgeschützter Flächen und Bauten

Bevor es an die Vermarktung von Kulturdenkmalen geht, sind einige grundsätzliche Fragen zu klären, so zum Beispiel: Was ist uns das Kulturdenkmal noch wert, hier und heute? Oder anders herum: Wieviel darf uns das kosten? Oder drittens schlicht (aber oft): History is bunk, o. k.? - Geschichte ist Blödsinn, oder? (= Henry Ford)

Modellfall Schlösser – immer mehr werden gewinnbringend vermarktet. Es mag noch angehen, dass PR-Agenturen diverse Fun-events zur Promotion irgendeines Produkts in edlen Gemächern inszenieren. Wenn nur die Bauwerke und Interieurs nicht darunter leiden! So benötigte der Global-player «Disney-Channel» allein für den Aufbau von technischen Spezial-Effekten zum Auftritt von Mickey-Mouse unter Konfettiregen im Schloss Schleißheim die Zeit von einer Woche. Dazu der Bayerische Denkmalrat: *Ein derartiges Ereignis ist eine nicht hinnehmbare Belastung für das Gebäude und seine Kunstschätze. Und der Leiter der Schloßverwaltung: Immer bleibt was zurück von solchen Veranstaltungen.*<sup>1</sup>

Immer noch werden markante Baudenkmale zu Gunsten von Allerwelts-Drogerie- und Supermärkten abgebrochen oder verstümmelt. Das sei tragbar, meint Dieter Hoffmann-Axthelm, der Berliner Stadtforscher und Kulturkritiker in einem Gutachten für die Bundesregierung über die Aufgaben der Denkmalpflege. Der Staat, so der Gutachter, soll sich aus der privaten Denkmalpflege zurückziehen. Nur die ihm gehörenden Kulturdenkmale soll er schützen und unterhalten, so wie es jedem Privateigentümer erlaubt sein müsse, mit seinem kulturellen Erbe umzugehen, wie es ihm gefalle.<sup>2</sup>

Dazu Prof. Georg Mörsch, Leiter des Instituts für Denkmalpflege/ETH Zürich: Das ist *die radikalste und unverfrorenste Attacke auf eines der kostbarsten öffentlichen Güter, für die materiell überlieferten Zeugnisse der Vergangenheit (...) ein zerstörerischer Dambruch!*<sup>3</sup>

Der Fall Heuneburg: Die zuständige Gemeinde Herbertingen will das Kulturdenkmal touristisch aktivieren. Es soll Teil eines «archäologischen Erlebnisparks» werden. Die Ergebnisse vieljähriger Grabungen sollen *einem breiten Publikum zugänglich und schmackhaft gemacht werden*, so die beauftragte PR-Agentur, *gemeinsam bieten Federseemuseum und Heuneburg dem Besucher die Gelegenheit, 16000 Jahre Menschheitsgeschichte zu erleben*. Ein, für sich genommen, achtbares Ziel. Allein, auch hier gilt: Das Objekt darf keinen Schaden nehmen. Und schon gar nicht

dürfen Veränderungen die Qualität beeinträchtigen, die das Denkmal zum Denkmal macht.

Auf dem Hochplateau des keltischen Fürstensitzes an der oberen Donau werden (öffentlich gefördert) gegenwärtig umfangreiche Baulichkeiten nach den vermuteten Originalen rekonstruiert. Ein Freilichtmuseum entsteht. Man erhofft sich damit Publikumszulauf, so wie im nicht allzu fernen Unteruhldingen. Der neue Parkplatz nahebei, jedenfalls, kann seiner Größe nach jedem Ansturm gerecht werden. Zwangsläufig braucht das Freilichtmuseum auch einen Eintritts- und Infokiosk zum Empfang der Besucher und zu deren Überwachung. Der «Kiosk» soll kostengünstig als Fertigbau auf das Plateau gestellt werden. Etwa 10 auf 18 Meter groß, wird er außer den WCs, Verwaltungs- und Kassenräumen eine Küche, einen 64-Plätze-Gastraum und eine ebenso große Freiterrasse erhalten.

Leider wird das allein pragmatischen Ansprüchen genügende Gebäude – wenn es denn realisiert werden sollte – der außerordentlichen Situation des Ortes nicht gerecht. Zum einen wird der Bau die erste Blickbeziehung zum fernen Bussen und zu den Höhenzügen der Schwäbischen Alb unterbrechen. Zum andern gibt seine «Gestaltung» nach den uns bekannten Plänen Anlass zu ästhetischen Bedenken: Darf ein Info-Zentrum mit der Anmutung einer Baubaracke – so notwendig seine Existenz auch sein mag – an einer derart prominenten Stelle auf die Heuneburg gestellt werden? Wir halten dies aus Gründen des Denkmal- und des Landschaftsschutzes nicht für angemessen.

Es gibt Alternativstandorte, die den Vorzug haben, den Ort nicht zu beschädigen, z. B. am Parkplatz. Das Überwachungsproblem lässt sich mit stationären Videokameras lösen. Ausflugslustbarkeiten der Besuchergruppen im Anschluß an kulturelle und landschaftliche Höhenflüge würden auf dem Hochplateau der Heuneburg ohnehin empfindlich stören.

Von den Verantwortlichen sind der Mut und die Bereitschaft zu fordern, einen im Ergebnis falschen Ansatz aufzugeben. Es ist besser, ein Jahr länger zu überlegen, als das schnelle Geld zu machen. Nicht inhaltliche Auseinandersetzungen mit der interessierten Öffentlichkeit sind zu fürchten, sondern schwer wieder gut zu machende Fehler bei der Vermarktung eines der bedeutendsten archäologischen Denkmäler Oberschwabens.

ANMERKUNGEN: 1 Süddeutsche Zeitung Nr. 225/1999; 2 DIE ZEIT Nr. 22/2000; 3 DIE ZEIT Nr. 25/2000