

Felix Lohmeier

Wie kommt das Welterbe zu den Bürger/innen?

Zur medialen Vermittlung von Welterbe am Beispiel des Fests zum 20-jährigen Jubiläum in Hildesheim

Die Überschrift mag irritieren: Sollte man nicht erwarten, dass die Hildesheimer Bürger/innen ihr Weltkulturerbe voller Stolz über die Grenzen der Stadt hinaus-tragen? Sollte man nicht erwarten, dass sie ihren Schatz Touristen aus aller Welt präsentieren? Tatsächlich ist es so, dass die beiden Hildesheimer Welterbestätten¹ St. Michaelis (evangelisch) und der Dom (katholisch) mit dem Rosenstock zwar viele Besucher/innen anziehen (200 000 im Jahr 2003²), aber vor Ort kaum ein Bezug zu der von der UNESCO verliehenen Welterbe-Auszeichnung hergestellt wird.

In der Werbung der Touristeninformation wird die Erwartung geweckt, dass man in Hildesheim Welterbe erleben könne, eine Art mystische Erfahrung, die über die Besichtigung der Baukunst hinausgeht. Das Vokabular markiert Einzigartigkeit, verknüpft mit dem Aufdecken von Geheimnissen:

Die Führungen zu unserer UNESCO-Welterbestätte sind ganz besondere Reisen in die Geschichte. Begeben Sie sich auf eine lebendige Spurensuche in die Hildesheimer Vergangenheit [...]. Lassen Sie sich von unseren außergewöhnlichen Führungen begeistern, entdecken Sie großartige Kulturleistungen und einmalige Baudenkmäler.³

Im Kontrast dazu ist im Erscheinungsbild vor Ort das Prädikat Welterbe aber kaum präsent. Ein kleines UNESCO-Logo prangt auf dem Wegweiser zu den

¹ Offiziell sind die Kirchen St. Michaelis und der Dom als „serielle Welterbestätte“ von der UNESCO zum Hildesheimer Welterbe erklärt worden. In der kulturellen Praxis und Organisationsweise vor Ort lässt sich aber treffender von zwei Welterbestätten mit unterschiedlichen Aspekten der Nutzung sprechen, wie später noch deutlich werden wird.

² Besucher/innenzahl nach UNESCO Reporting; vgl. Anm. 1, S. 17.

³ Werbetext zu den Stadtführungen der Tourist-Information Hildesheim: http://www.welterbe-hildesheim.de/fuehrungen_or.html (14.6.2007).

Kirchen, und wenn man in der Touristeninformation nach dem Welterbe fragt, dann gibt es auch ein kleines Blättchen dazu. Aber es hat ganze 20 Jahre seit der Ernennung gedauert, bis an den Welterbestätten eine Informationsplakette angebracht wurde.

Dies hat einen einfachen Grund: Das Prädikat Welterbe kommt in Hildesheim von außen. Man könnte zuspitzend sagen, es ist den Welterbestätten auferlegt worden.¹ Wie die Eigentümer/innen der Welterbestätten mit dieser Auszeichnung umgehen, bleibt ihnen selbst überlassen. Abgesehen von der Verpflichtung zum Erhalt der Stätten gibt es von der UNESCO keine Vorschriften. Marketingkonzepte der Stadt Hildesheim planen die touristische Verwertung der Stätten, doch die Verfügungsgewalt liegt bei den Kirchenverwaltungen. Viele Einwohner/innen der Stadt sind dem Welterbe gegenüber oft gleichgültig und sehen in den beiden Kirchen vor allem deren sakrale Funktion und kein weltweites Aushängeschild.²

Ausgehend von dieser ersten Beobachtung eines Widerspruchs zwischen der Außendarstellung und dem Vor-Ort-Erlebnis bin ich im Verlauf der Recherche schnell auf eine Ausnahme des Alltäglichen gestoßen: Das Fest zum 20-jährigen Jubiläum der Verleihung des Titels „UNESCO-Welterbe“ vom 9. bis 11. Juni 2005, mit dem das katholische Bistum, die evangelisch-lutherische Landeskirche und die Stadt Hildesheim sich erstmals gemeinsam dem Thema Welterbe angenommen haben. Anhand dieses Fallbeispiels lassen sich Gründe für die Art und Weise der spezifischen medialen Vermittlung des Hildesheimer Welterbes erschließen, weil hier Interessenkonflikte zwischen den verschiedenen Akteuren und die Eigenwilligkeit der lokalen Aneignung des Prädikats Welterbe in Hildesheim deutlich zu Tage treten. Dazu habe ich nicht die Performanz des Festakts, sondern dessen mediale Vermittlung in Prospekten, in der Internetpräsenz und in Presseberichten untersucht. Als Grundlage für die Interpretation habe ich auch versucht, die Entstehungsgeschichte des Fests mit Hilfe von Interviews zu rekonstruieren und die politische Zielsetzung anhand von Ratsbeschlüssen und Marketingkonzepten der Stadt zu bestimmen.

Meine leitende Fragestellung, die ich an das Fallbeispiel gerichtet habe, lautet: Welche Ziele und Strategien verfolgen lokale Akteure (insbesondere Politiker/innen und kirchliche Repräsentant/innen) in der medialen Vermittlung von Welterbe?

1 Die Bewerbung bei der UNESCO initiierte das niedersächsische Landesdenkmalamt in Hannover.

2 Vgl. zu diesen verknüpften Thesen die Beiträge von Katharina Pöllmann-Heller, Julia Sfalanga und Saskia Wolter sowie von Sophie Müller und Friederike Wittek in diesem Band.

Als Hypothese dient die in unserem Projekt herausgearbeitete Beobachtung, dass sich lokale Akteure das Prädikat Welterbe eigenwillig aneignen und so die Bedeutung von Welterbe entscheidend bestimmen. Welterbe wird multipel rezipiert und erhält so verschiedene Bedeutungszuschreibungen. Dies werde ich anhand meines Fallbeispiels für die mediale Vermittlung belegen und vertiefen. Grundlegend dafür ist die These von REGINA BENDIX, dass Kulturerbe gemacht wird:

Kulturerbe ist nicht, es wird. Aus den habituellen Praxen alltagskulturellen Handelns und Erfahrens und den daraus erwachsenden wandelbaren, sinnstiftenden Aktions- und Bedeutungsgeweben, die im kulturanthropologischen Sinn als Kultur bezeichnet werden, lösen Akteure unterschiedlichster Motivation „privilegierte Ausschnitte“ heraus und versehen sie mit Status und Wert.
(BENDIX 2007, 340)

Die vorgefundene kulturelle Praxis in Hildesheim möchte ich abschließend mit den Zielen der UNESCO kontrastieren, um die Ergebnisse in einen größeren Zusammenhang zu setzen. Und es gilt natürlich auch, die in diesen einleitenden Worten aufgestellten Vermutungen und Behauptungen zu belegen, zu differenzieren und in der dichten Beschreibung nachvollziehbar zu machen.

Vorbemerkung zur Zuständigkeitsdiffusion

Entscheidend für die Analyse des Beziehungsgeflechts lokaler Welterbe-Akteure ist eine Hildesheimer Besonderheit: Zum UNESCO-Welterbe sind der katholische Dom und die evangelische St. Michaelis Kirche gemeinsam ernannt worden. Die Vertreter/innen beider Konfessionen müssen sich also (ökumenisch) das gemeinsame Prädikat teilen. Hinzu kommt, dass die Stadt Hildesheim wenig Einfluss auf die Art und Weise der Verwendung des Welterbe-Status an den Stätten nehmen kann, da die Entscheidungshoheit bei den Eigentümer/innen der Stätten liegt. Das zeigt sich beispielsweise daran, dass in den Kirchen selbst keine Broschüren ausliegen, die über das Welterbe informieren. Es finden sich dort nur Publikationen, die an die Gemeindeglieder/innen gerichtet sind.

So ist es auch wenig verwunderlich, dass die von der UNESCO beauftragten Gutachter/innen¹ in der Zusammenfassung des ersten regelmäßigen Monitorings der Hildesheimer Welterbestätten in 2006 vor allem die fehlende Koor-

¹ Um hier keinen falschen Eindruck von Kontrolleleistungen der UNESCO aufkommen zu lassen: Die von der UNESCO neu eingeführten regelmäßigen Berichte werden mangels finanzieller Ressourcen meist von unbezahlten, ehrenamtlichen Denkmalschützer/innen geschrieben. Das Monitoring ist daher in der Praxis noch nicht professionalisiert, weshalb keine strenge, flächendeckende Kontrolle zu erwarten ist.

dination des Managements kritisieren. So heißt es dort im Fazit knapp: “Main benefits of W[orld] H[eritage] status: conservation, public awareness. Weaknesses of management: lack of coordination.”¹

Diese Schwäche (die „mangelnde Koordination“) versuchen die lokalen Akteure in Hildesheim, voran die Stadt und die Bürgerstiftung, beginnend mit den Festlichkeiten zum 20-jährigen Jubiläum gutzumachen. Das Gutachten der UNESCO war nicht Auslöser der Aktion, fällt aber zeitlich zusammen mit einem Bewusstseinswandel² in der Stadt. Weiterhin wird in dem Zitat ein wichtiger Unterschied zwischen der Sichtweise der UNESCO und der Akteure in Hildesheim am Begriff der „public awareness“ deutlich. Die UNESCO zielt damit auf ein Weltpublikum, während in Hildesheim vor allem die Bürger/innen im Fokus der Aktivitäten stehen. Das Fest zum 20-jährigen Jubiläum ist ein eindrucksvolles Beispiel für die lokale Aneignung des Welterbe-Prädikats, wie ich im Folgenden erläutern werde.

Das Fest zum 20-jährigen Jubiläum des Welterbes in Hildesheim

Mit den Planungen für die Festlichkeiten haben sich die lokalen Entscheidungsträger/innen erstmals gemeinsam an einen Tisch gesetzt. Der Anstoß dazu kam von Hans-Peter Geyer, dem Vorsitzenden der Bürgerstiftung Hildesheim. Der ehemalige Oberstadtdirektor Konrad Deufel richtete daraufhin Mitte 2004 einen Arbeitskreis ein, in dem Vertreter/innen der beiden Kirchen und des Dommuseums zusammen mit der Stadt die Festlichkeiten planen sollten. Später wurde Angela Weyer, die Leiterin des Hornemann-Instituts, als Koordinatorin des Fests eingebunden.³ Nach der Aussage einer Teilnehmerin am Arbeitskreis, kam dieser bis dahin aufgrund von konkurrierenden Vorstellungen nur schleppend voran.

Ein gemeinsamer Flyer zum 20-jährigen Jubiläum des Weltkulturerbes, in dem die Welterbestätten vorgestellt wurden, war zu diesem Zeitpunkt schon im Druck. Auch der Auftrag für die Internetseite „www.welterbe-hildesheim.de“ war bereits an die bistumseigene Bernward Mediengesellschaft, die auch für die Öffentlichkeitsarbeit des Bistums zuständig ist, vergeben worden. Ziel

1 Bericht der UNESCO von 2006: Periodic Reporting: (Cycle 1) Section II. St Mary's Cathedral and St Michael's Church at Hildesheim: <http://whc.unesco.org/archive/periodicreporting/EUR/cycle01/section2/187-summary.pdf> (14. 6. 2007).

2 Vgl. zu diesem Bewusstseinswandel die Ausführungen im Abschnitt Nachwirkungen.

3 Vgl. Interview mit Angela Weyer am 12. 3. 2007.

dieser neu gestalteten Medien war es, eine gemeinsame Außendarstellung des Hildesheimer Welterbes zu erreichen.¹ Die Aushandlungsprozesse zwischen den Entscheidungsträger/innen lassen sich an diesen beiden Medien deutlich ablesen. Um diese Prozesse zu verdeutlichen und zu kontextualisieren, möchte ich exemplarisch den Flyer beschreiben, bevor ich dann genauer auf das Fest eingehe.

Flyer zum 20-jährigen Jubiläum des Hildesheimer Welterbes

Das Innenblatt des Faltblatts ist gegliedert in die Bereiche St. Michael (50%), Dom (25%) und Domschatz (25%) und hebt die größten kunsthistorischen Bedeutungen in Architektur und Artefakten heraus. Evangelische und katholische Welterbestätten werden in Struktur und Text möglichst gleichwertig dargestellt. Die Gestaltung und Aufteilung hat im vorbereitenden Arbeitskreis zwischen den beiden Kirchen für monatelange Diskussionen gesorgt. Die Schrift ist demnach also als Ergebnis eines intensiven Aushandlungsprozesses zu verstehen. Auffällig ist dabei die überproportionale Betonung des Domschatzes (im Dommuseum) im Vergleich zu der Bewertung im ICOMOS-Gutachten² und die Vernachlässigung des Rosenstocks im Kontrast zu den lebensweltlichen Bedeutungen in Hildesheim.³ Mit der Orientierung an lokalen Wertzuschreibungen in der Stadt lässt sich die Aufteilung des Flyers auch nicht begründen, weil der Rosenstock (Hauptziel der Touristen und Symbol der Stadt) an keiner Stelle erwähnt wird. Im Gesamtblick ist seine Gestaltung also eine eigenwillig wirkende Präsentation eines Ausschnitts von Welterbe, welche die beteiligten Institutionen kunsthistorisch legitimieren.

Was Welterbe ist, wie es medial vermittelt wird, das wird also in der Aushandlung lokaler Akteure bestimmt und wird weder von den Feststellungen der UNESCO bzw. der beauftragten Gutachter/innen von ICOMOS definiert, noch muss es sich unbedingt an der Wahrnehmung der Bürger/innen orientieren.

Noch deutlicher lässt sich dies am Aufmacher auf dem Titelblatt zeigen. Abgebildet ist ein lächelndes 20-jähriges Mädchen vor dem monumentalen Bau des Doms. Mit dem Öffnen des Faltblatts klärt sich die Darstellung. Auf der zweiten Seite werden alle Leser (also vor allem Hildesheimer) zu Erben erklärt. Die dargestellte Annette Müller gehöre auch dazu und das im Besonderen, weil in ihrem

¹ Vgl. Interview mit Angela Weyer am 12. 3. 2007.

² ICOMOS-Gutachten als Basis der Weltkulturerbe-Ernennung: http://whc.unesco.org/archive/advisory_body_evaluation/187rev.pdf (14. 6. 2007).

³ Zu der Bedeutung des tausendjährigen Rosenstocks vgl. den Beitrag von Christina Achtert und Jasna Selleng in diesem Band.

Weltkultur
*Erbe**




2005
Jahre



UNESCO Weltkulturerbe
Hildesheim

**„Geschichte lebt
in ihren Erben.“**


UNESCO-Weltkulturerbe für junge Menschen



*** Annette Müller, 20 Jahre.**
In ihrem Geburtsjahr wurden
Michaeliskirche, Marien-Dom und
Domstift in die UNESCO-Liste der
Weltkulturerbestätten aufgenommen.
Annette ist – wie wir alle – Erbin
dieser bedeutenden Kulturerbestätten.

**20 JAHRE
UNESCO-WELTKULTURERBE
IN HILDESHEIM**

Seit 1985 sind der Dom mit dem Domschatz und die St. Michaeliskirche auf der Welberbe-
liste der Unesco verzeichnet. In diese Liste
werden jene Kulturgüter und Kunststätten
aufgenommen, die in ihrer Art einzigartig
sind und für die Menschheit einen „außeror-
dentlich hohen, universellen Wert“ besitzen.
St. Michael, 1010-1022 von Bischof Bernward
von Hildesheim erbaut, gilt als eines der
Schlüsselwerke mittelalterlicher Architektur.
Mit Dom und Domschatz hat sich in Hildes-
heim ein einzigartiges Ensemble mittelalter-
licher Ausstattungs-kunst erhalten.
Zusammengenommen vermitteln die beiden
Bauabarten und geschichtlich eng mitein-
ander verbundenen Hildesheimer Welberbe-
stätten einen Überblick über Gestaltung und
Errichtung eines romanischen Kirchenraums,
wie er so umfassend sonst nirgendwo
zu finden ist.
Die großartige Architektur der Michaeliskir-
che, die monumentalen Zeugnisse der mit-
telalterlichen Ausstattung im Dom und die
prachvollen Kirchenschätze von Dom und
St. Michael, die im Domschatz vereinigt
sind, machen Hildesheim zu einem Zentrum
romanischer Kunst.



www.unesco-welterbe.de



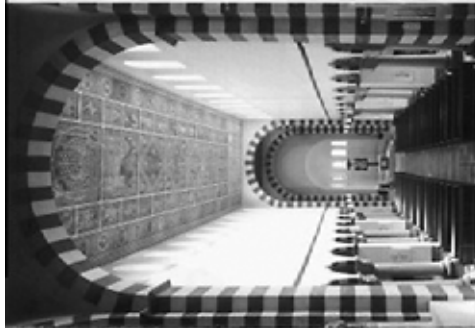
ST. MICHAEL

Wie eine Himmelsburg erhebt sich die 1000-jährige Michaelskirche über dem alten Stadtkern von Hildesheim. Zwei Vierungstürme, zwei von Treppentürmen flankierte Querhäuser und zwei Choranlagen lassen sich an der Außenwand dieser Hochburg erkennen. Über 1500 Jahre lang ist St. Michael (1001/02) wahrlich auf dem Höhepunkt seiner Kirche die Schönheit der gotischen Ordnung spiegelt.

Besonders prachtvoll sind die Ausstattungsstücke aus dem 12. und 15. Jahrhundert. Die sieben Stucklaken stellen das umfangreichste denkwürdige Ensemble nördlich der Alpen dar. Die annähernd 30 Meter lange bemerkte Holzdecke (um 1320) mit der Darstellung des Stammesbaums Christi ist das monumentälste Werk seiner Art in ganz Europa.



Ausschnitt der Stucklaken der Kirche St. Michael Hildesheim



Seit der Reformation 1527 dient die ehemalige Klosterkirche als evangelische Gemeindekirche. Die Krypta mit dem Grab des heiligen Bischofswerdens blieb in katholischer Nutzung. Im Barock wurden um die gemeinsamen Wurzeln in dieser Nachbarschaft als barmherzige Miteinander zwischen den die Kirche auch nach 1000 Jahren mit Leben erfüllt.

DOM

Ein Bistumswohnsitz soll Bischof Kriemhild den Hildesheimern anvertraut haben, auf dem heutigen Platz. Hier übernahm Bischof Kriemhild die Zuständigkeit Bischof, der die Mitte des Domes umgibt, den heiligen Ort, dem Stadt und Bistum Hildesheim ihre Entstehung verdanken.

Der Dom, ein vom Bischof Althelm begonnen und von Bischof Hincmar vollendet, wurde nach seiner Zerstörung im Zweiten Weltkrieg in der alten Grundform wieder hergestellt. Die mittelalterliche Ausstattung des Domes mit Lichtskulpturen, Mosaikmosaiken und Bronzetafeln ist in Europa einzigartig. Eine herausragende künstlerische Leistung stellen vor allem vom Anfang des 11. Jahrhunderts die die Christuskirche und die Romanik.



Die Romanik, eine der ältesten Bauformen der Mittelalter, um 1100



Das Christuskirche im Hildesheimer Dom, um 1100

DOMSCHATZ

Der Hildesheimer Domschatz gehört zu den größten Kirchenschatzen Europas. Die hier in mehr als tausend Jahren gesammelten Kunstwerke sind Zeugnisse geistlicher Kultur. Als Kirchenschatz sind sie nicht nur als Sammelort von unerschöpflichem Reichtum, auch zeigt das schon das älteste Stück der Sammlung, das Bischof von Ludwig dem Frommen gestiftet, ein goldenes Mosaikmosaik. Ihre herausragende Bedeutung verleiht die Sammlung insbesondere dem größten Schatz des Bischof Bernward, der Cölpoten Maßstab des Domes, einer der ältesten Mosaikwerke der abendlichen Kunst, und den liturgischen Geräten und Handschriften aus St. Michael. Es ist ein gemeinsames Erbe der geschichtlich eng miteinander verbundenen Kirchen, das mit diesem Schätzen in die Doha des Dom-Museums gelangt ist.



Die Romanik, eine der ältesten Bauformen der Mittelalter, um 1100



Goldes Bernwardskreuz, eines der wichtigsten Werke des Mittelalters, um 1000

Abb. 1 u. 2. Flyer zum 20-jährigen Jubiläum des Hildesheimer Welterbes. Das Falblatt wurde in einem Arbeitskreis zwischen Stadt, Bistum, evangelischer Kirche und Dommuseum ausgehandelt. Die Gestaltung übernahm die *Bernward Mediengesellschaft*.

© Stadt Hildesheim

Geburtsjahr (1985) Michaeliskirche, Marien-Dom und Domschatz zum Weltkulturerbe ernannt wurden: „Annette ist – wie wir alle – Erbin dieser bedeutenden Kulturstätten.“¹

Damit wird eine Genealogie konstruiert, mittels derer „unterschiedliche Personen mental verbunden“ (LANGBEIN 2002, 234) und eine Gruppenidentität (Hildesheimer Welterben) geschaffen wird. Durch die Person Annette Müller wird diese symbolisiert und sichtbar gemacht. Gleichzeitig wird mit der Personifizierung das abstrakte Welterbe der UNESCO auf die lokale Ebene herunter gebrochen, so wie das Fest im Allgemeinen als lokale kulturelle Praxis das Welterbe erfahrbar macht. Entwickelt wurde diese Werbestrategie von der Bernhard Mediengesellschaft. Ähnliche Strategien finden sich auch im Innenteil, wo im Kontrast zu den geschichtlichen Erklärungen in den Schlussworten zu St. Michaelis der ökumenische Gedanke und die Lebendigkeit des Erbes betont wird: „Im Bewusstsein um die gemeinsamen Wurzeln ist aus dieser Nachbarschaft ein ökumenisches Miteinander erwachsen, das die Kirche auch nach tausend Jahren mit Leben erfüllt.“²

Ich sehe darin eine Strategie der Kirchen, sich modern (jugendlich und ökumenisch) darzustellen. Beide Kirchen stehen wegen der allgemeinen säkularen Entwicklung (sinkende Mitgliederzahlen und schwindende Deutungsmacht) unter Druck; die katholische Kirche in Hildesheim insbesondere, weil die Region Hildesheim überwiegend protestantisch geprägt ist, man also von einem „Diaspora-Bistum“ sprechen kann. Die bewusst tolerante Außendarstellung und die Zelebrierung des Ökumenischen in der medialen Darstellung haben mit der Praxis vor Ort nicht unbedingt viel gemein. In jedem Fall sollte an diesem Beispiel deutlich geworden sein, dass die mediale Vermittlung von Welterbe hier Ergebnis eines Aushandlungsprozesses zwischen lokalen Akteuren ist, mit der eine Bedeutung von Welterbe gemacht wird.

Veranstaltungen

Das 20-jährige Jubiläum wurde in Hildesheim mit einem dreitägigen Festprogramm gefeiert. Zentrales Ereignis war der Festakt am 10. Juni 2005 mit einer (ökumenischen) Prozession vom Dom zur St. Michaeliskirche, an der auch der niedersächsische Ministerpräsident Christian Wulff teilnahm, und in dessen Verlauf die UNESCO-Plaketten enthüllt wurden. Am Tag zuvor wurde eine Ausstellung des Vereins UNESCO Welterbestätten Deutschland e.V., einem Verein zur

¹ Flyer zum Fest: 20 Jahre Weltkulturerbe in Hildesheim.

² Ebd.

Förderung des Welterbe-Tourismus, in der Citykirche¹ St. Jacobi eröffnet und eine Podiumsdiskussion zum Hildesheimer Welterbe veranstaltet, an der auch Michael Petzet, Präsident von ICOMOS, und andere Wissenschaftler/innen teilnahmen. Für einen bunten Rahmen mit vielfältigen Veranstaltungen sorgten die Kirchengemeinden und die Co-Veranstalter/innen: Es gab Tanzperformances und mittelalterliche Schauspiele des Stadttheaters, kostümierte Stadtführer/innen, Marktbeschicker und Märchenerzähler auf dem historischen Marktplatz, die Eröffnung des neuen Kirchenmusikzentrums im Michaeliskloster, spezielle Führungen und (spiel)praktische Wissensangebote für Kinder, die z. B. Steine behauen konnten.²

Wie Angela Weyer in ihrem Bericht für die Online-Ausgabe der Zeitschrift UNESCO heute feststellt, waren die Aktivitäten zum Thema Welterbe neu: „Für die Hildesheimer war dieser Trubel etwas ganz Ungewöhnliches, denn in den vergangenen 20 Jahren hatte man hier vergleichsweise wenig Aufhebens um die Aufnahme der beiden Kirchen in die Welterbeliste gemacht“ (UNESCO heute online 2005).

Warum also jetzt, 20 Jahre nach Ernennung zum Welterbestatus, diese Festlichkeiten? Dahinter steht der Wunsch, das abstrakte Konzept Welterbe erfahrbar und konkret zu machen, das Bedürfnis, den monumentalen Kunstschätzen etwas Lebendiges zur Seite zu stellen. Wie anfangs erläutert, kam der Anstoß zum Fest von der Bürgerstiftung. Mein Eindruck ist aber, dass die Idee schon länger garte, dass das Stadtmarketing schon gerne früher mehr mit dem Schatz gewuchert hätte. Das Bewusstsein für einen Nutzen (hier: eine bessere Selbstdarstellung) durch eine vermehrte Präsentation des Welterbes kam dann wohl auch bei den Kirchen auf, insbesondere in der bistumseigenen Bernward Mediengesellschaft. Ähnliche Bestrebungen gab es zeitgleich auch bei anderen Welterbestätten in Deutschland, die als Vorbilder gedient haben könnten. Die Ideen passen zeitlich auch zusammen mit einem verstärkten Monitoring seitens der UNESCO und dem wissenschaftlichen Paradigmenwechsel von „steinern-monumental“ zu „intangible heritage“ (STRASSER 2007, III). Das Bedürfnis nach einem lebendigen Erbe, der Erfahrung des Erbens, ist in Hildesheim aus meiner Sicht keine bewusste Strategie, die man an bestimmten Akteursinteressen festmachen könnte. Vielmehr hat die Idee sich von den Anfängen her selbstdynamisch entwickelt und schafft neue Zugzwänge.

Mit BARBARA KIRSHENBLATT-GIMBLETT lässt sich bei diesen Festlichkeiten von einer „heritage production“ sprechen, auch wenn dieser Begriff eigentlich auf die

¹ Für Leser/innen, die über die Bezeichnung stolpern: Die evangelische Kirche St. Jacobi gab sich selbst diese Bezeichnung; vgl. <http://www.citykirche-hildesheim.de> (12. 3. 2008).

² Vgl. UNESCO heute online 2005.

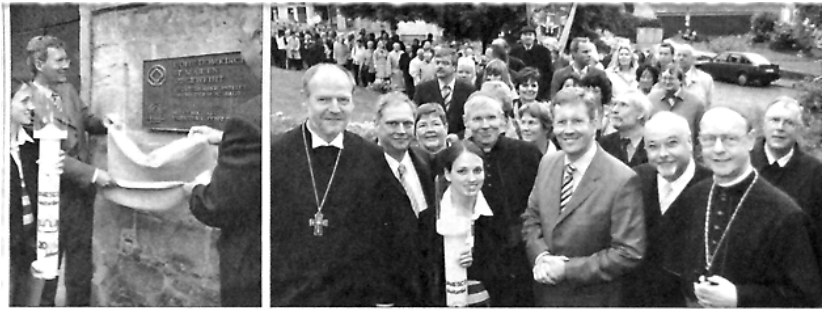
Produktion von Welterbe für Touristen gemünzt war. Hier in Hildesheim richten sich die Aktivitäten zwar auf die Bürger/innen, aber die von KIRSHENBLATT-GIMBLETT festgestellte Fremdheit zwischen Tradition und Präsentation lässt sich trotzdem finden: „A hallmark of heritage productions – perhaps their defining feature – is precisely the foreignness of the ‘tradition’ to its context of presentation” (1995, 374).

Auf die Performanz des Festaktes sei hier als augenfällige Begründung verwiesen: Der Gegensatz zwischen religiösen Praktiken in den Kirchengemeinden und der Aufbereitung für die Öffentlichkeit (Bürger/innen und Medien) wird an der Vielfältigkeit und Buntheit des Programms deutlich und wird ganz besonders offensichtlich an der Konstruktion von Schnittstellen zwischen sakralem und weltlichem Raum. Dazu zählt beispielsweise die Kombination aus Fackelzug mit kirchlichen Würdenträger/innen und Orchester der Universität zu einer „heiteren Prozession“¹, an deren Spitze Annette Müller, das Welterbe-Gesicht, neben Ministerpräsident Wulff schreitend das religiöse Symbol der Taufkerze mit der weltlichen Aufschrift „UNESCO Welterbe“ trug (vgl. Abb. 3). Mit den Festlichkeiten wurde eine Gemeinschaftlichkeit inszeniert, die Oberstadtdirektor Konrad Deufel auf der Podiumsdiskussion gar dazu verführte, von einer „Insel der Seligen“ (Hildesheimer Allgemeine Zeitung (HAZ), 11. 6. 2005) zu sprechen, was die widerstrebenden Interessen der Akteure in der Stadt kaschiert. Die bunte Präsentation der Welterbestätten stand den sakralen kulturellen Traditionen gegenüber, für welche die Kirchen von der UNESCO ausgezeichnet worden sind.

Man könnte die Festlichkeiten mit ERIC HOBSBAWM und TERENCE RANGER (1983) auch als eine „invented tradition“ verstehen, einen Prozess der Formalisierung und Ritualisierung, der charakterisiert ist durch einen Bezug auf die Vergangenheit. So könnte die Art und Weise, Welterbe in Hildesheim zu feiern, selbst eine kulturelle Tradition entfalten, welche Normen vorgibt, wie mit dem Erbe umzugehen ist und die eine Gruppenidentität herstellt oder symbolisiert.

Diese Darstellung des Festprogramms sollte als Hintergrund genügen, um den Blick nun genauer auf die strategische Selbstdarstellung lokaler Akteure (insbesondere Politiker/innen und kirchliche Würdenträger/innen) für die Medien zu richten.

¹ Wie die HAZ am 11. Juni 2005 berichtet, nahmen an der Prozession 450 Personen teil. Neben den genannten kirchlichen und politischen Würdenträger/innen und den Musikern der Universität bestand die Prozession mit Fackelzug nicht nur aus Kirchenmitglieder/innen, sondern wurde weiterhin begleitet von Schützen, einer Junggesellenkompanie und Grundschulkindern mit Kerzen.



Ministerpräsident Wulff enthüllt die Plakette am Dom. Vor St. Michael: Landessuperintendent Eckhard Gorke, Christian Wulff, Weihbischof Hans-Georg Koltz (vorn). Foto: Hartmann

Wulff: „Eine einzigartige Würdigung“
 Festakt „20 Jahre UNESCO-Weltkulturerbestätten Hildesheim“ / Heitere Prozession

(ab) Sogar der Himmel hatte ein Einsehen: Als der Zug mit den etwa 450 Teilnehmern des Festaktes „20 Jahre UNESCO-Weltkulturerbestätten Hildesheim“ genutz und mit Leben gefüllt. Das hatte im Dom auch Diözesaradministrator Weihbischof Hans-Georg Koltz betont. Und die Tatsache, dass in ist für mich ein Zeugnis des Glaubens – so wie die Bernwardstür und der ganze Dom, wo der Mensch mit Gott in Berührung kommen kann. Wir übernehmen die 450 von Turmbältern empfangen – gehe es um mehr als um den Erhalt der Bauten, sagte Landessuperintendent Eckhard Gorke, nachdem der Zug sen

Abb. 3. Hildesheimer Allgemeine Zeitung vom 11. 6. 2005

Foto: Andreas Hartmann

Presseberichte

Zur Welterbe-Ernenennung im Jahr 1985 erschienen nach meiner Kenntnis nur zwei Presseberichte. Zu den Festlichkeiten zum 20-jährigen Jubiläum erschienen weit mehr Artikel (etwa 20) in der Regionalpresse, genauer in der Hildesheimer Allgemeinen Zeitung (HAZ), HUCKUP und Kehr wieder. Das Stimmungsbild in der Presse ist überwiegend positiv, geprägt von Begriffen, welche die „Lebendigkeit“ des Welterbes herausstellten.

Die Zeitung Kehr wieder vom 12. Juni titelte zu den Festlichkeiten: „Hildesheimer bringen Leben in ihre Denkmäler“ und benutzte die schillernden Beschreibungen „lebendige Feier“ und „farbige Aktionen“, um das Fest darzustellen. Der HUCKUP vom 15. Juni stellte den Ministerpräsidenten und seine Botschaft in den Vordergrund und titelte: „Ministerpräsident Christian Wulff enthüllte Weltkulturerbe-Plaketten“. Die Tageszeitung HAZ vom 11. Juni sprach von einer „heiteren Prozession“.

Die Festlichkeiten, verstärkt über ihre mediale Rezeption, wirken auf die Zuschreibungen der Bürger/innen zu den Welterbestätten und dem UNESCO-Welterbetitel allgemein. Wie KIRSCHENBLATT-GIMBLETT schreibt, können solche Festivitäten eine eigene Wirkmächtigkeit entwickeln und Deutungen beeinflussen: “The interface – folk festivals, museum exhibitions, historical villages, concert parties, postcards – are cultural forms in their own right and powerful engines of meaning” (1995, 375).

Kirchliche Würdenträger/innen und Politiker/innen nutzten das Fest, um sich zu präsentieren und Verbindungen ihrer Sache zum Welterbe herzustellen. Vertreter/innen der Kirchen zeigten sich modern, Politiker/innen warben mit der Verbindung zur Religiosität und die Stadt freute sich über die zusätzliche Werbung.

Besonders deutlich wird diese Inszenierung beim obligatorischen Pressefoto. Als der Prozessionszug die St. Michaeliskirche erreichte, posierten kirchliche Würdenträger/innen zusammen mit Ministerpräsident Wulff und Oberstadtdirektor Deufel für die Fotografen. In ihrer Mitte stand die Marketingeringfindung, das Welterbe-Gesicht Annette Müller, mit einer Kerze in der Hand, die wie eine Taufkerze gestaltet und mit der Inschrift „UNESCO Welterbe“ versehen war. Das religiöse Symbol der Taufe zeigt die Vereinnahmung des UNESCO-Labels für religiöse Zwecke,¹ verdeutlicht gleichzeitig auch die Verknüpfung von abstraktem UNESCO-Titel mit vertrauten kulturellen Praxen und den kreativen Umgang mit Symbolen im Sinne einer Bricolage.

Weihbischof Hans-Georg Koitz fasste die Werbemerkmale für die Kirche indirekt zusammen, indem er von der (modern wirkenden) Ökumene sprach und den Bürger/innen eine Identifikation mit dem Welterbe (und damit den Kirchen als Welterbestätten) unterstellte.² In der Zeitung wird er zitiert mit den Worten (mit Blick auf Wulff):

Die Tatsache, dass „beide christlichen Konfessionen die Kirchen hüten, pflegen und für Gottesdienste nutzen, Rathaus und Bürger auf das Weltkulturerbe stolz sind und sich damit identifizieren, das ist wahrlich Grund genug, dass wir Sie einladen mussten“. (HAZ, 11. 6. 2005)

Dieser wiederum, selbst Katholik, nutzt die Verbindung zur Religiosität, um sich selbst als Politiker positiv darzustellen. Wulff stellte dabei auch die „Lebendigkeit“ des Welterbes heraus:

Der Beitrag dieser beiden Kirchen zum Gesamtkulturaufkommen in Hildesheim und in ganz Deutschland ist durch die Aufnahme in die UNESCO-Liste belegt, noch mehr aber durch eine lebendige und das heißt auch sensible Beziehung der Menschen zu diesen Räumen. (Ebd.)

Indem solche Bilder, wie das besagte Pressefoto, geschaffen wurden, wurde der mediale Diskurs in eine spezifische Richtung gelenkt. Die Botschaft der Lebendigkeit des kulturellen Erbes wurde in nahezu allen Artikeln rezipiert und nicht hinterfragt.

¹ Annette Müller las außerdem in der Kirche einen Bibeltext vor.

² Der Beitrag von Katharina Pöllmann-Heller, Julia Sfalanga und Saskia Wolter verweist auf eher gegenteilige Anzeichen.

Nachwirkungen

Die Festlichkeiten zum 20-jährigen Jubiläum des Welterbes in Hildesheim haben einen Prozess in der Stadt in Gang gesetzt: 20 Jahre war es still um das Welterbe und nun war das Thema en vogue und wurde von verschiedenen lokalen Akteuren vorangetrieben. Seit Juni 2005 gab es vermehrt Aktionen zum Welterbe: Der „World Heritage Day“¹ wurde in Hildesheim gefeiert, die Stadt hat mit dem Marketingkonzept „IMPuls“² einen erneuten Versuch gestartet, die Welterbestätten für das Stadtmarketing zu nutzen. In der 2005 veröffentlichten Festschrift für Oberstadtdirektor Konrad Deufel mit dem Titel „Hildesheim: modernes Leben in einer Kulturstadt: Was gehört zu erfolgreicher Kommunalpolitik?“³ drehen sich im Vergleich zu vorigen Publikationen erstaunlich viele Beiträge um den Begriff Welterbe. Ein erhöhtes Bewusstsein wird sicherlich auch geschaffen durch die regelmäßigen Berichte, welche die UNESCO seit 1998⁴ auch von älteren Welterbestätten verlangt. Entscheidender für die Entwicklung in Hildesheim sind aber zwei herannahende Jubiläen, die in den beiden Welterbestätten gefeiert werden: St. Michaelis wird im Jahr 2010 ein Jahrtausend alt; der Dom feiert im Jahr 2015 sein 1200-jähriges Bestehen und wird aus diesem Anlass restauriert. Es wird interessant sein zu beobachten, inwieweit diese Festlichkeiten Bezug auf das Prädikat Welterbe nehmen und ob dabei ähnliche oder gegensätzliche Zuschreibungen auftauchen. Im Jubiläumsjahr von St. Michaelis wäre dann auch die 25-Jahr-Feier zum Welterbetitel fällig.

In Hildesheim wird die nächsten Jahre also häufig Welterbe gefeiert. Bei den kommenden Feierlichkeiten könnte man untersuchen, ob sich hier wirklich neue Traditionen konstituieren, die sich etwa auf das Fest zum 20-jährigen Jubiläum beziehen. Ich vermute, dass die Kirchenvertreter/innen auch bei ihren eigenen Feierlichkeiten Ökumene und Welterbe mit in den Vordergrund stellen und wahrscheinlich sogar auf die erfolgreiche Personifizierung des Erbens, wie beispielsweise das Welterbe-Gesicht Annette Müller, erneut zurückgreifen werden. Für die Finanzierung der Restaurationsarbeiten hat das Fest zum Welterbe-Jubiläum jedenfalls konkrete Auswirkungen, denn Ministerpräsident Wulff hat im Festvortrag angekündigt, „das uns Mögliche“ (HUCKUP, 15. 6. 2005) aus der niedersächsischen Landeskasse beizusteuern.

1 Bundesweite Veranstaltung, initiiert vom UNESCO Welterbestätten Deutschland e.V., die am 3. Juni 2007 im dritten Jahr ausgerichtet wurde.

2 IMPuls Marketingkonzept vom 20. Oktober 2006. Abrufbar unter Vorlage 06/279 über das Bürgerinformationssystem der Stadt Hildesheim: [http://www.sitzungsdienst-hildesheim.de/bi/\(11.4.2007\)](http://www.sitzungsdienst-hildesheim.de/bi/(11.4.2007)).

3 Hildesheim: modernes Leben in einer Kulturstadt. Was gehört zu erfolgreicher Kommunalpolitik? Hildesheim: Lax 2005 (Festschrift für Oberstadtdirektor Dr. Konrad Deufel).

4 Vgl. Decision 22 COM VI.7: <http://whc.unesco.org/archive/repcom98.htm> (14. 6. 2007).

Hildesheim ist ein Sonderfall, weil Dom und St. Michaelis gemeinsam zum Welterbe ernannt wurden und sich die Vertreter/innen beider Konfessionen das Prädikat Welterbe teilen müssen. Im Rahmen der Professionalisierung (durch Event-Manager) bei den großen Jubiläumsfeiern könnte sich das Problem der fehlenden Koordination auflösen. Es ist aus meiner Sicht wahrscheinlich, dass aus diesen großen Feierlichkeiten eine ökumenische Institution erwächst, die das Welterbe zukünftig im Interesse beider Kirchen propagieren wird.

Die geschilderte kulturelle Praxis in Hildesheim möchte ich abschließend mit den Zielen der UNESCO kontrastieren, um die Ergebnisse in einen größeren Zusammenhang zu setzen.

Widerspruch zwischen den pädagogischen Zielen der UNESCO und der Freiheit in der Vermittlung vor Ort

Wenn es nach der UNESCO geht, dann soll Welterbe „universell“ sein, das heißt zu allen Menschen gehören, unabhängig vom Territorium. Auf der Internetseite des Welterbezentrums der UNESCO ist dazu zu lesen:

What makes the concept of World Heritage exceptional is its universal application. World Heritage sites belong to all the peoples of the world, irrespective of the territory on which they are located.¹

Dass dies nicht der Realität entspricht, sondern eher eine Idealvorstellung darstellt, ist offensichtlich. Wenn man diese Zielvorstellung aber ernst nimmt, dann verwundert es, dass die mediale Vermittlung der Welterbestätten so wenig Beachtung findet. Die UNESCO macht weitreichende Vorschriften zur Materialität der Stätten (und führt als Druckmittel die rote Liste), zur Vermittlung des Welterbe-Gedankens gibt es jedoch nur Empfehlungen und eine Hand voll Materialien. Was und wie vermittelt wird, das bleibt den Eigentümer/innen der Stätten überlassen. Dabei ist die Erkenntnis, dass die Wahrnehmung von Materialität wesentlich von Deutungsmustern und -angeboten abhängt, schon alt genug, dass sie in den Prinzipien der UNESCO Widerklang gefunden haben könnte.

In der Welterbekonvention definiert vor allem Artikel 27 das Erziehungsziel des Welterbeprogramms der UNESCO:

1. The States Parties to this Convention shall endeavor by all appropriate means, and in particular by educational and information programmes, to strengthen

¹ Welterbezentrum der UNESCO: <http://whc.UNESCO.org/en/about/> (23. 7. 2007).

appreciation and respect by their peoples of the cultural and natural heritage defined in Articles 1 and 2 of the Convention.¹

Die teilnehmenden Staaten sind also aufgefordert, Wertschätzung und Respekt für das Welterbe zu fördern. Daraus lassen sich aber noch keine direkten Auflagen für die Welterbestätten ableiten. Den einzigen Hinweis in dieser Richtung gibt es in den Richtlinien des Welterbekomitees im Kapitel VI „Encouraging Support For The World Heritage Convention“ (basierend auf Art. 5 und Art. 27 der Welterbekonvention):

217. States Parties are encouraged to raise awareness of the need to preserve World Heritage. In particular, they should ensure that World Heritage status is adequately marked and promoted on-site.²

Damit ist klar, dass die Welterbe-Plaketten in Hildesheim 20 Jahre zu spät aufgehängt wurden, aber was und wie nun genau an der Welterbestätte vermittelt werden soll und darf, bleibt immer noch offen. Die Zielsetzung, ein universelles Welterbe, ein Bewusstsein für ein globales Welterbe zu schaffen, wird mangels Vermittlungsvorschriften und -hilfestellungen leicht verfehlt, wenn lokale Akteure eigene Ziele verfolgen.

Angela Weyer schilderte ihre Bemühungen, durch Projekte für Kinder und Jugendliche die Welterbestätten in Hildesheim zu einem Portal für andere Welterbestätten zu machen, so etwa über Partnerschaften zwischen Welterbestätten. Das wäre ein möglicher Ansatzpunkt, um auf die Universalität des Welterbes hinzuweisen, die in den Zielen der UNESCO anvisiert wird.³

Fazit

Am Beispiel des Fests zum 20-jährigen Jubiläum in Hildesheim habe ich gezeigt, wie lokale Akteure Welterbe medial vermitteln und dabei eigene Ziele und Strategien verfolgen, die nicht unbedingt den Zielen der UNESCO entsprechen müssen. „Welterbe ist nicht, es wird“ (BENDIX 2007, 340): Was Welterbe ist, wie es medial vermittelt wird, wird in der Aushandlung lokaler Akteure bestimmt und wird weder von der UNESCO bzw. der beauftragten Gutachter/innen von ICOMOS

1 Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage. Adopted by the General Conference at its seventeenth session. Paris, 16. November 1972: <http://whc.unesco.org/archive/convention-en.pdf> (14. 6. 2007).

2 World Heritage Committee: Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention, Stand: 2. 2. 2005. <http://whc.unesco.org/archive/opguide05-en.pdf> (14. 6. 2007).

3 Vgl. Interview mit Angela Weyer am 12. 3. 2007.

definiert, noch muss es sich unbedingt an der Wahrnehmung der Bürger/innen orientieren. Mich verwundert es, dass die mediale Vermittlung der Welterbestätten in den Reglements der UNESCO so wenig Beachtung findet. Um die hochgesteckten Ziele zu erreichen, die an den Welterbe-Gedanken geknüpft sind, müsste auch die Art und Weise der Präsentation universell gestaltet werden.

So lässt sich in Hildesheim der eigenwillige und für mich befremdliche Versuch einer Interessengemeinschaft aus Stadtmarketing, katholischem Bistum, evangelischer Landeskirche und Bürgerstiftung beobachten, die Bürger/innen zu Erben zu erziehen. Mit den Festlichkeiten und passenden Symbolen wird eine Genealogie konstruiert, um eine lokal verstandene Gruppenidentität (Hildesheimer Erben) zu schaffen. Das abstrakte Welterbe der UNESCO wird auf lokale kulturelle Praxen (Festlichkeiten, Welterbe-Gesicht Annette Müller, Taufkerze usw.) herunter gebrochen, die jeder versteht. Das Bedürfnis nach lebendigen Erben, der Erfahrung des Erbens, ist aber aus meiner Sicht keine bewusste Strategie, die man an bestimmten Akteursinteressen festmachen könnte. Vielmehr hat die Idee sich von den Anfängen her selbstdynamisch entwickelt und schafft nun neue Zugzwänge.

Ob sich hieraus neue lokale Traditionen entfalten, wäre an den kommenden Feierlichkeiten 2010 zum tausendjährigen Jubiläum von St. Michaelis und 2015 zum 1200-jährigen Jubiläum des Domes zu verfolgen. Aus meiner Sicht ist es zudem wahrscheinlich, dass aus diesen großen Feierlichkeiten eine ökumenische Institution erwächst, die das Welterbe zukünftig im Interesse beider Kirchen propagieren wird.

Ein lebendiges Erbe empfinde ich persönlich als Fortschritt zur monumentalen Konservierungsideologie. Nur gehört zu dieser Entwicklung auch ein Wildwuchs an lokaler Nutzung des Welterbe-Status, was sich an den Festlichkeiten zum Jubiläum deutlich zeigt. Das kann man positiv als kreative Aneignung werten oder negativ als Verschleierung von strategischen Interessen unter dem Welterbe-Deckmantel. Um den Zielen der Welterbe-Konvention gerecht zu werden, wäre es nach meiner persönlichen Meinung hilfreich, die angestrebte Universalität auch medial an den Welterbestätten zu vermitteln.