

Rentable Träumerei

Neuschwanstein taucht immer wieder auf: Im Disney-Film *Cinderella*, auf Porzellantellern, Briefbeschwerern und Tabakspeifen des 19. Jahrhunderts, als Deutschlandsymbol für eine in Irland verkaufte Pfeffersalami. Und – neben dem Brandenburger Tor, dem Hermannsdenkmal, dem Kölner Dom, der Porta Nigra und dem Frankfurter Römer – als Fruchtgummifigur der Haribow-Edition „Happy Germany – Travel Edition“. Man sollte meinen, dass man es Gebäude geschafft hat, wenn man in den Fruchtgummikanon des Landes aufgenommen worden ist.

Die durchaus überschaubare, aber dennoch sehenswerte Ausstellung *Traumenschlösser? Die Bauten Ludwigs II. als Tourismus- und Werbeobjekte* in der Staatlichen Bibliothek Regensburg widmet sich der vielschichtigen Verwertung der vom rasch mystifizierten, 1864 intronisierten, 1886 entmündigten und bald darauf im Starnberger See ertrunkenen Bayernkönig in die Welt gesetzten Prachtbauten. Herrenchiemsee, Linderhof, Neuschwanstein: Keine Gebäude zur Staatsrepräsentation, sondern geschaffene Kulissen für die königliche Phantasmagorie.

Vermutlich genau deshalb sind sie so rasant Mittelpunkt touristischen Begehrens geworden: Weil der Bezug zu den phantastischen Kulissen die eigene Phantasie anzuregen vermag. Die Gebäude werden ja ja nicht grundlos Traumenschlösser tituliert: Da hat einer, über alle banale und finanzielle Vernunft hinaus, seine Kulissen zum Vollzug chronischer Weltabgewandtheit gebaut, geplant, herrichten lassen, wieder verworfen, umgeplant, umgebaut. Für die Bauleitung deshalb mit Sicherheit: Alpträumenschlösser. Und weil der König für diese künstlerische Begabung der

Traumverifizierung sein Geld, das Geld des Hauses Wittelsbach und so lang es ging auch des Staates Bayern zum Schlossfenster hinausgeworfen hat, hat man ihn vorsichtshalber zum Geisteskranken erklären lassen. Schon bald nach seinem Tod (1. August 1886) hat man dem Volk, um die Verücktheit des Kini hinlänglich zu demonstrieren, die Schlösser zur Besichtigung freigegeben. Doch siehe da: Das Volk war genauso narrrisch und liebte das Zeug.

Ratzfatz ging's also los mit dem bis heute nicht abreißenden Strom der Schlossbesichtigungsschwärme. Keine 20 Jahre nach dem Tod Ludwigs II. waren wegen der vielen verkauften Eintrittskarten die Schulden wieder drin, seitdem rollt der Rubel – und Ludwig II. war das geworden, was ihm mit Sicherheit am wenigsten vorgeschwebt hatte: ein begnadeter Tourismusmanager.

Kitsch as Kitsch can

Die Regensburger Ausstellung zeigt diese Entwicklung und basiert dabei ganz und gar auf dem umfangreichen Archiv Marcus Spangenberg, eines Ludwig II-Experten; erst unlängst ist von ihm im Pustet-Verlag eine Biografie über den romantisierten, aber vermutlich einfach nur todunglücklichen Herrscher erschienen (*Ludwig II. Der andere König*, 176 Seiten, 14,95 Euro).

Die Diener des Königs waren auch die ersten Schlösserführer – Leute wie Karl Left, von dem ein Foto zu sehen ist. Überhaupt dominieren Fotos, Aquarelle und Postkarten das Devotionalien-Ge-



Neuschwanstein als reine, weiße Metapher für Deutschland und Bayern: *Life* vom 10. Mai 1954.

schäft vor, um und nach 1900, neben Büchern wie Karl Gutzkows *Die Paumgärtner von Hohenschwangau* und Clementine Helms *Leni von Hohenschwangau*. Deren erzählerische Funktionen übernehmen dann in der Neuzeit Reiseführer und Freizeitmagazine: Die Ausstellung zeigt solche aus allen möglichen Ländern, das *Time-Magazine* beispielsweise.

Für den Betrachter am einträglichsten aber, weil schon immer an der Grenze zum Grotesken entlangwandeln, sind die Souvenire, die das Schlossgeschäft von Anfang an begleiteten: Wie die sich über die Jahrzehnte veränderten, ist auch ein Stück Kulturgeschichte des Kitsches.

> CHRISTIAN MUGGENHALER



US-Amerikaner 1952 auf dem Weg nach Linderhof. Heute sind die Königsschlösser auf dem Weg zum Unesco-Welterbe.

FOTOS SLG. SPANGENBERG