

Traumschlösser nicht nur für den König

Ausstellung in der Staatlichen Bibliothek Regensburg widmet sich Ludwigs Prachtbauten

Regensburg. „Fangen Sie bitte oben an.“ Marcus Spangenberg ist dies ein dringendes Anliegen. Er gibt es dem Besucher mit auf den Weg durch die aktuelle Ausstellung in der Staatlichen Bibliothek Regensburg. Zwar hat der Kurator den Titel der dortigen Schau mit einem reflektierten Fragezeichen versehen. „Traumschlösser? Die Bauten Ludwigs II. als Tourismus- und Werbeobjekte“, heißt es derzeit in der Staatlichen Bibliothek.

Wenn es aber hart auf hart kommt, will Spangenberg den geneigten Betrachter zunächst doch vorbei geleitet wissen an den Artefakten der unteren Ausstellungsebene. Das pinke Plastikschloss, das grelle japanische Heft, der Jägerkopf und die eingeschweißte Salami mit Schloss Neuschwanstein auf der Verpackung – für all das ist später noch Zeit.

Gnadenlose Vermarktung

Begonnen werden soll mit dem Wesentlichen. Mit den Bauten des Märchenkönigs. Und zwar vor deren gnadenloser Vermarktung. Das ist Marcus Spangenberg, Regensburger Experte für Ludwig II., seinem Schützling schuldig.

Oben also. Bei den historischen Objekten. Bei den alten Fotografien, Stichen, Büchern, Ansichtskarten und Wandtellern. Bei den Stücken, über die die Jahre einen gnädigen, einen weniger kitschverdächtigen Schleier gelegt haben. Das Dilemma Marcus Spangenbergs lässt sich allerdings auch hier nicht ganz übersehen. Neuschwanstein, Hohenschwangau, Linderhof, Herrenchiemsee: Von Beginn an waren die Bauten ein Traum vom Märchenhaften – den Ludwig II. mit einer Schar Gleichgesinnter zu teilen hatte. „Tourismus und Öffentlichkeit

von Anfang an“, heißt es denn auch gleich auf der ersten Ausstellungstafel. Schlecht gelaufen für Ludwig II., der eigentlich Natur und Abgeschiedenheit suchte? Der König stellte sich diese Frage vielleicht gar nicht. Seit er denken konnte, war das väterliche Schloss Hohenschwangau ein Reiseziel für Bildungsbürger. Ludwig kannte den Tourismus von Kindheit an. Später gewährte er selbst den – eingeschränkten – öffentlichen Zugang zu seinen Residenzen.

Traumschlösser? Mit der Schau in der Staatlichen Bibliothek versucht Marcus Spangenberg dieser Frage auf den Grund zu gehen. Chronologisch aufgebaut verfolgt die Ausstellung die Geschichte der bayerischen Schlösser – und somit unvermeidbar auch die Geschichte des Tourismus in der Voralpenregion.

Dieser war durch die Passionsspiele in Oberammergau bereits vorhanden und wurde durch die unter Ludwig entstehenden „Traumschlösser“ weiter geschürt. Dass Ludwig über die flammenden Lobeshymnen, die manch zeitgenössischer Autor zu den Bauten veröffentlichte, nicht gerade glücklich

war, wird in der Ausstellung angedeutet. Für ihn zumindest waren sie trotz allem in erster Linie Privateigentum.

1,6 Millionen Besucher

Damit ist längst Schluss. Allein Neuschwanstein verzeichnete im vergangenen Jahr 1,6 Millionen Besucher. Und zwar nicht nur Bildungsreisende. Die anfänglichen Kunstführer und Leporellos sind mittlerweile durch ein Sortiment an Gummibärchen, Eispickeln und Cremedosen mit entsprechenden Motiven erweitert – das zeigt ein rascher Blick in den Giftschränk der

geheimnisumwobenen unteren Ausstellungsebene.

Populärstes Motiv

Das Rennen im Bekanntheitsgrad der Schlösser hat dabei eindeutig Neuschwanstein gemacht. Als wohl populärstes Motiv Deutschlands prangt es bereits auf einer Ausgabe des US-Magazins „Life“ von 1954. Dass das Schlossmotiv längst zu einer Art Allgemeingut geworden ist, belegen nicht nur ungezählte an das Vorbild angelehnte Märchenschlösser bei Disney und Co. Eine dänische Ausgabe von Harry Potter verwandelt Neuschwanstein ganz ungeniert in die Zauberschule Hogwarts, die Oper in Singapur empfindet das Motiv als geeignete Illustration für Puccinis Oper „Tosca“.

Tourismus gegen Schulden

Begonnen hat die Vereinnahmung der Schlösser vonseiten der Öffentlichkeit schon kurz nach dem Tod König Ludwigs im Jahre 1886. Ein Grund für die rasche Öffnung der für regierungstechnische Nutzung viel zu individualistisch angelegten Bauten war das Geld. Mit den Einnahmen durch die Märchenschlösser erhoffte man sich Mittel zum Abbau der Schulden des Märchenkönigs.

Keine zwei Monate nach Ludwigs Ableben erschien daher eine Anzeige in bayerischen Zeitungen: „Vom 1. August 1886 an sind die königlichen Schlösser (...) bis auf Weiteres (...) geöffnet.“ Daraus ist ein Dauerzustand geworden, „auf den weder Besucher noch Eigentümer und Tourismusexperten verzichten wollen“, heißt es in der Ausstellung. Und: „Jeder Besucher erwartet, Erinnerungen mitnehmen zu können.“ Deren Ausprägung und Anzahl sei mittlerweile unüberschaubar.

Man glaubt, das Seufzen Marcus Spangenbergs zu hören angesichts der Beispiele für diese Entwicklung, die er im Erdgeschoss der Ausstellung angehäuft hat. Einen Wunsch erlaubt sich der Kurator dabei noch zu äußern: „Bitte! Fangen Sie oben an.“

Susanne Wolke

Die Ausstellung „Traumschlösser“

Die Bauten Ludwigs II. als Tourismus- und Werbeobjekte“ läuft bis zum 31. August in der Staatlichen Bibliothek Regensburg, Gesandtenstraße 13. Öffnungszeiten sind Montag bis Donnerstag von 9 bis 16, Freitag von 9 bis 13 Uhr. Von Marcus Spangenberg herausgegeben ist auch ein Begleitband zur Ausstellung. Dieser ist im Regensburger Verlag Dr. Peter Morsbach erschienen (ISBN 978-3-937527-83-3).



Ein Werbeprospekt der US-Army zeigt die bayerischen Sehenswürdigkeiten in bunter Aufmachung. (Repros: wo)

Soziales Engagement ohne Regeln

Bayerns Unternehmer ärgern sich über die neuen EU-Vorschriften

Regensburg. (ehi) Unternehmen, die von öffentlichem Interesse sind und über 500 Mitarbeiter haben, sollen ab 2016 ihr soziales Engagement öffentlich machen. So will es eine neue EU-Richtlinie. Die Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft (vbw) ist von dieser Regelung allerdings wenig begeistert, wie die Unternehmer am Donnerstag in Regensburg zeigten. Sie waren sich einig: Corporate Social Responsibility (CSR) – wie soziales und ökologisches Engagement auch genannt wird – müsse freiwillig bleiben.

Soziales Engagement habe in Bayern schon lange Tradition, betonte vbw-Hauptgeschäftsführer Bertram Brossardt. „Schon länger, als es den Begriff CSR überhaupt gibt!“ Neben ihrem eigentlichen Geschäft helfen die bayerischen Unternehmer „freiwillig und aus Überzeugung“.

Die vbw lehne die Regulierung des CSR und die damit verbundene Berichtspflicht ab, ergänzte er. Das sei ein „Eingriff in die unternehmerische Freiheit“.

Bürokratie bremst Engagement

„Die Bundesregierung darf bei der Umsetzung der Richtlinie keine Ergänzung auf den Weg bringen“, fuhr Brossardt fort. Eine Ausweitung der Regelung auf den Mittelstand behindere nur das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen. Der dadurch entstehende Bürokratieaufwand bremse das Engagement. „Vom Berichteschreiben hat sich die Welt noch nicht verändert. Das geschieht nur, wenn man etwas tut“, appellierte der vbw-Hauptgeschäftsführer.

Zustimmung erhielt Brossardt



Markus Zorzi, Bertram Brossardt und Johannes Helmberger waren sich einig: Soziales Engagement von Unternehmen darf nicht reguliert werden.

(Foto: Hinterberger)

vom bayerischen Arbeitsstaatssekretär Johannes Hintersberger, der Arbeitsministerin Emilia Müller vertrat. „Es wäre grundfalsch, wenn die Politik den Unternehmen Vorgaben machen würde, wie sie sich sozial, kulturell oder gesellschaftlich engagieren sollen“, erklärte er.

Freiwilliges Engagement

Die bayerische Staatsregierung setze im Bereich des CSR ebenfalls auf freiwilliges Engagement. Sie werde sich deswegen gegen neue bürokratische Hemmnisse oder unnötige Berichtspflichten einsetzen. „Soziales Engagement ist in vielen Bereichen unverzichtbar, was nicht bedeutet, dass man es verpflichtend machen muss“, ergänzte Ministeri-

aldirekt Markus Zorzi, der Hintersberger im weiteren Verlauf der Veranstaltung vertrat.

Verwurzelte Familienunternehmen

Zahlreiche Beispiele, wie ein Unternehmen helfen könne, stellte Johannes Helmberger dar: Wie der Vorstandsvorsitzende der vbw Region Oberpfalz und Geschäftsführer der Druckerei Franz Anton Niedermayr betonte, unterstütze sein Unternehmen zahlreiche Vereine und Projekte in der Region.

„Wir Familienunternehmer sind in der Region und Gesellschaft verwurzelt. Wir helfen schnell und unbürokratisch.“ Dazu brauche es keine Richtlinien aus Brüssel.