

Die Mauer als Werbegeschenk

Von Michael Carlo Klepsch

Gewiss, Formen der Public-Private-Partnership, kurz PPP genannt, gibt es inzwischen viele. Schließlich gilt das vergangene Jahrzehnt nicht zu Unrecht als das Jahrzehnt der Privatisierungen. Neben Transport-, Post- und Fernmeldediensten wurden auch Aufgaben, die bis dahin gemeinhin als zentrale Kernkompetenzen eines Staates angesehen wurden, mit einem Mal teils komplett, teils in Form der PPP in privatwirtschaftliche Hände gelegt.¹ Übrig blieben nur wenige öffentliche Bereiche, die sich diesem Trend entzogen, da sie privaten Investoren kaum oder gar nicht lukrativ erschienen.

Doch auch hier bahnen sich offenbar neue, regelrecht revolutionäre Entwicklungen an. Immerhin gilt es nunmehr, einen weiteren Privatisierungsfall anzuzeigen, der sich aus unmittelbar fehlenden privaten Profitinteressen dieser Entwicklung bislang noch verschlossen hatte: nämlich eine PPP im Bereich öffentlicher Denkmäler, zum Zwecke der Ausprägung kollektiver Erinnerung an historische Ereignisse auf privater Basis.

In dieser Absicht hat die Axel Springer AG anlässlich des 20. Jahrestages des Mauerfalls beschlossen, sämtliche Bundesländer mit einem Originalstück der Berliner Mauer zu „beglücken“. Auf den Mauerteilen, die in den Landeshauptstädten an prominenter Stelle

aufgestellt wurden (wie etwa in Düsseldorf vor dem Landtag), ist eine Gedenktafel angebracht, auf der dem Betrachter schon von weitem das Logo der „Bild“-Zeitung ins Auge springt. Des Weiteren wird auf der Gedenktafel die bundesdeutsche Nachkriegsgeschichte eindeutig aus der Perspektive der „Bild“-Redaktion gedeutet und unumwunden für sich in Anspruch genommen.

So heißt es dort: „Dieses Betonfragment war Teil der Mauer, die Berlin und Deutschland teilte. 28 Jahre lang war sie Mittel und Zeichen der Unterdrückung. Überwunden durch die friedliche Revolution in Ostdeutschland am 9. November 1989, sind ihre Teile heute Symbol für die Kraft von Freiheit und Selbstbestimmung, aber auch Mahnung für deren immerwährende Gefährdung. Ein Geschenk von ‚Bild‘ zum 20. Jahrestag des Mauerfalls am 9. November 2009. In Erinnerung an den Zeitungsrücker Axel Springer (1912-1985) – der gegen alle Widerstände an seinem Traum von der Einheit Deutschlands festhielt.“

Während CDU-Ministerpräsidenten wie der mittlerweile abgewählte Dieter Althaus in Thüringen oder Jürgen Rüttgers in Nordrhein-Westfalen gerne die Gelegenheit nutzten, sich persönlich für die „Bild“-Kampagne „Ein Denkmal für die Freiheit“ auszusprechen, kamen erste Einwände aus den Reihen der niedersächsischen Grünen. Sie kritisierten, dass die PR-Aktion die historische Erinnerung an den Herbst 1989 verfälsche.

1 Vgl. dazu Werner Rügemer, Public Private Partnership: Die Plünderung des Staates, in: „Blätter“, 2/2010, S. 75-84.

Denn auf der Inschrift erscheinen nicht mit einem einzigen Wort die Bürger der DDR, die im Herbst 1989 gegen die Mauer und das verhasste SED-Regime auf die Straße gingen. Stattdessen wird durch die bundesweit erste Public Private Partnership im Bereich historischer Monumente allein Axel Cäsar Springer ein überdimensioniertes Denkmal gesetzt.

Und genau das ist die eindeutige Geschäftsgrundlage des privat-öffentlichen Deals: In einem Schenkungsvertrag zwischen der Axel Springer AG und der Stadt Braunschweig wird unumwunden erklärt, dass der Verlag ein besonderes Interesse daran habe, in den deutschen Bundesländern Teile der Berliner Mauer aufzustellen. Welcher Art dieses Interesse ist, wird sogleich deutlich, wenn man sich den Schenkungsvertrag genauer anschaut. Dort heißt es, dass der auf dem Mauerstück angebrachte und oben zitierte Text als Teil der Schenkung anzusehen ist – und sich damit jedweder inhaltlichen Diskussion von vornherein entzieht.

Auch wenn ein PPP-Engagement in historische Denkmäler gewiss weit davon entfernt ist, sich für privatwirtschaftliche Interessenten unmittelbar in finanzielle Vorteile ummünzen zu lassen, liegen die geldwerten Vorteile hier auf der Hand: Gemessen an den sonst üblichen enormen Aufwendungen für Imagekampagnen, kann der Imagegewinn durch eine geradezu kostenlose Werbemaßnahme im öffentlichen Raum (und dazu auf unbegrenzte Zeit!) gar nicht hoch genug eingeschätzt werden. Und genau darauf zielt offenkundig die Initiative der Springer AG ab.

Dass einer durchaus umstrittenen Figur wie Axel Cäsar Springer das mehrere Jahre nach seinem Tod geschehene Ereignis des Mauerfalls in erster Linie

zugeschrieben wird, ist allerdings mehr als ein Treppenwitz der Weltgeschichte. Insbesondere die Tatsache, dass sich kaum öffentlicher Protest regte, muss zu denken geben. Auch wenn Geschichte in aller Regel von denjenigen geschrieben wird, die sich in kontroversen Auseinandersetzungen als siegreich herausstellen, dürfen weltgeschichtliche Ereignisse in keinem Fall völlig unwidersprochen auf das Niveau der „Bild“-Zeitung reduziert werden.

Bedeutende historische Monumente erst von privatwirtschaftlicher Seite aus öffentlichem Besitz zu erwerben, sie dann mit dem Konzernlogo des Käufers zu versehen und inhaltlich für sich zu vereinnahmen, um sie schließlich nach den Interessen des eigenen Hauses in Form einer Public Private Partnership der Gesellschaft „als Geschenk“ vorzusetzen, ist von allen denkbaren historischen Vermittlungsformen gewiss der schlechteste Weg.

Allerdings dürften die Versuchungen auf Seiten der Kommunen zunehmen, sich angesichts weiter sinkender Einnahmen infolge der schwarz-roten Steuersenkungspolitik auf solche Deals der öffentlichen Werbung für private „Großzügigkeit“ einzulassen. Auf derartige Formen der Public Private Partnership darf jedoch selbst eine infolge jahrzehntelanger neoliberaler Politik finanziell ausgeblutete Gesellschaft nicht angewiesen sein. Und was die Berliner Mauer angeht: Erst wenn die komplexen geschichtlichen Zusammenhänge der vergangenen 60 Jahre tatsächlich ausgewogen ins Bewusstsein gerückt worden sind, werden die Überreste der Mauer, wie es auf der Gedenktafel heißt, tatsächlich zu einer Mahnung für Freiheit und Selbstbestimmung gereichen, „aber auch für deren immerwährende Gefährdung“.