

Das wachsende Denkmal von Mettmann

Kunst im öffentlichen Raum, die Chronik einer Stadt, Bürgerbeteiligung, Nachhaltigkeit, ein touristischer Anziehungspunkt: Das alles integriert die Neanderthalstadt in der Kunst-Installation Erinnerung.

Autor: Prof. Dr. Bernd Günter, Lehrbeauftragter an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf für Kunstvermittlung und Kulturmanagement

Die niederbergische Kreisstadt Mettmann – zwischen Magneten wie Düsseldorf, Köln, Wuppertal und Essen gelegen – hatte bis vor einigen Jahren wenig Imageprägendes zu bieten. Historische und kulturelle Assets? Rund um die mittelalterliche Kirche St. Lambertus befindet sich ein Marktplatz mit teilschieferverkleideten Hausfassaden sowie ein wenig Fachwerk und bergisch-grüne Tür- und Fensterrahmen. Vor allem aber gibt es das Neanderthal Museum zur Evolution der Menschheit, speziell zur Jungsteinzeit, nahe dem Fundort des Neandertalers.

Aber die Stadt hat auch das wahrscheinlich einzige, zumindest einzigartige wachsende Denkmal: Auf dem autofreien Lavalplatz der 40.000-Einwohnerstadt Mettmann, die seit einiger Zeit auch den Markennamen „Neanderthalstadt“ führt, markiert das Kunst-Wort „Erinnerunge“ eine Installation. Dieses bezeichnet das Zusammentreffen von Erinnerung und Jahresringen, ähnlich denen eines Baumes.

Doch wie kam es dazu? Als ich Mettmann zu meiner Wahlheimat machte, ging ich auch wegen meiner beruflichen Aktivität als Hochschullehrer für BWL und Marketing (darin auch Stadt- und Regionen-Marketing) der Frage nach einem Unique Selling Proposition (USP) der Stadt etwa im (Kultur-)Tourismus nach. Dieser USP konnte nur das weltweit bekannte Neandertal sein – und damit der jungsteinzeitliche Bewohner der Region, der Neandertaler. Von ihm enthüllten seit den 1990er Jahren neue Forschungen ein überraschend positives Bild. Seit 1996 wurde ihm das bereits erwähnte Museum gewidmet.

Etwa zu dieser Zeit gründete die Stadt Mettmann für verschiedene Stadtmarketing-Themen ehrenamtliche Arbeitskreise, die Ideen entwickeln und deren Realisierung unterstützen sollten. Dem Vorschlag, einen Stadtmarketing-AK zur Gestaltung einer „Neanderthalstadt Mettmann“ zu gründen, schlossen sich rund 15 bis 20 Interessenten an – Fachleute mit unterschiedlichen Spezialkenntnissen. Ich bin seit Beginn bis heute Sprecher und Mit-Organisator.

EVOLUTIONSPFAD UND NEANDERLAND

Die Ausgangsidee aus einem öffentlichen Stadtmarketing-Vortrag war der Plan, einen kulturhistorischen Wanderpfad entlang der Landstraße L 357 zu schaffen, die die Stadt Mettmann mit dem damals neu gegründeten Neanderthal Museum verbinden sollte. Dies sollte bildlich eine Art „Nabelschnur“ zwischen beiden Destinationen sein, in deren Verlauf (wirtschafts-)historische und künstlerische Objekte auch durch begleitende Schautafeln anschaulich und erfahrbar wurden. Hinzu kamen ab 2004 in der Innenstadt die „Erinnerunge“, die im Fokus dieses Beitrags stehen, und ab 2020 das Projekt „Sprechende Stadt Mettmann“. Im Übrigen hat der AK, lange bevor 2011 offizielle Namenszusätze von Städten in NRW erlaubt wurden, den Stadtmarketing-Zusatz „Die Neanderthalstadt“ unter Ortseingangsschildern zur Stadt angebracht.

Parallel zur Entwicklung dieser Ideen für Stadtmarketing und Kulturtourismus arbeitete eine informelle Gruppe von Museumsdirektoren, Kulturmanagern und Kommunalpolitikern seit 1997 an einem Projekt, das den

Der Sockel des Denkmals enthält historische Ereignisse, die die Stadt Mettmann prägen



Kreis Mettmann sichtbar machen sollte – speziell im Kultur- und Tourismusbereich. Sie entwickelten die Zweitmarke „neanderland“ für den Kreis Mettmann. Im Jahre 2018 leistete sich Mettmann dann ein neues, modernes Logo, eine „Buchstaben-Fusion“, ein „m“ für Mettmann im „n“ für neanderland.

DAS GRUNDKONZEPT DES DENKMALS

Eine der frühen Ideen des Stadtmarketing-AK „Neanderthalstadt Mettmann“ war es, am Rande der Landstraße zum Museum einen „Gedächtnisbaum“ mit einem Bronzering auszustatten, auf dem an bedeutende historische Momente erinnert werden sollte. Als die Stadt Mettmann 2004 ihr 1.100-jähriges Bestehen feierte, riefen Rat und Verwaltung der Stadt zu besonderen Ideen und Events anlässlich des Stadtjubiläums auf.

Im Arbeitskreis entstand die Idee, in den Jahresringen eines Gedächtnisbaums Meilensteine der Stadtgeschichte festzuhalten und sichtbar zu machen. Geplant war, jedes Jahr einen neuen Jahresring hinzuzufügen – und zwar mit den aktuellen Ereignissen eines jeden Folgejahres ab 2004. Die Bildhauerin Elke Tenderich-Weit entwarf als Sockel des Objektes einen „Baumstumpf“ von etwa 1,5 Meter Durchmesser. Der „Baum“ ist in einer Höhe von 80 Zentimetern horizontal abgeschnitten. In einer begrenzten Anzahl von Jahresringen sind auf der horizontalen Fläche ausgewählte



Foto: Rüdiger Heidenreich

Als Standort für den „Gedächtnisbaum“ und die Jahresringe fungiert der Lavalplatz

historische Ereignisse benannt. Von innen nach außen zum Beispiel Neandertaler, Königshof (die Keimzelle der späteren Stadt), Neandertaler-Fund, die erste Eisenbahn und so weiter. Umgeben werden die oberen circa 20 Zentimeter des Baumstumpfes von dem aktuellen Jahresring eines jeden Jahres – abnehmbar zugunsten des nächstfolgenden Jahresringes.

Sowohl der Baumstumpf als auch die Ringe wurden und werden in der Düsseldorfer Kunstgießerei Kayser in Bronze gegossen. Auf die Ringe werden bronzen Buchstaben sowie die jeweilige Jahreszahl angebracht. Auf jedem sind vier bis fünf wichtige Ereignisse in Mettmann genannt, ferner das Jahr und der Sponsornamen.

DER STANDORT IM STADTZENTRUM

Für das Projekt wurde einer der zentralen Plätze der Innenstadt gewünscht. Davon gab es 2004 drei Alternativen: Der größte Platz der Stadt erwies sich gleichzeitig als der unwirtlichste. Der Marktplatz mit bergischen Häuschen rund um die Kirche St. Lambertus war zudem tabu. Schlussendlich hat das Denkmal eine ruhige und attraktive Umgebung am Lavalplatz gefunden, der schon damals mit seiner Fußgängerzone, der evangelischen Kirche aus dem 18. Jahrhundert, einem künstlichen Bachlauf und später einem Café zum Verweilen einlud. Seit einigen Jahren erfährt der Platz auch durch die Umgestaltung einer nahe gelegenen Einkaufsgalerie mehr Fußgänger-Traffic und Wertschätzung.

Plangemäß wurde auf dem Lavalplatz zunächst der Sockel mit dem Jahresring 2004 platziert. Ein Jahr später wurde dieser Ring abgenommen und durch den von 2005 ersetzt. Die Frage war nun: Wohin mit dem abgelegten Ring? Er wurde, wie auch seine Nachfolger, einige Meter vom Sockel entfernt abgelegt. Nachfolgend wurden sämtliche Ringe bis zum zwölften Jahrgang (2015) ➔



Foto: Bernd Ginter

verschleißt „aufgetürmt“. Inzwischen wurde ein dritter Teil-Standort gefunden – für die Ringe ab 2016.

NAMEN SIND MARKEN!

Die Begriffe „Gedächtnisbaum“ und „wachsendes Denkmal“ charakterisierten die künstlerische Idee zwar schon recht gut. Doch suchte ich bereits 2004 mit Studierenden der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf in einem Brainstorming einen geeigneten Markennamen. Es entstand ein Kunstwort aus den Wörtern *Erinnern* und *Ringe*: „Erinneringe“.

Diese Marke hat sich durchgesetzt. Sie wird manchmal fälschlich mit zwei „r“ in der Mitte geschrieben. Doch die Vorteile dieses künstlichen Markennamens liegen auf der Hand: Er ist leicht zu merken, inhaltlich zutreffend, einmalig (vorläufig), unverwechselbar und ... er kommt flüssig von den Lippen.

ABLAUF DER BÜRGERBETEILIGUNG

Wie bereits erwähnt enthalten die Erinneringe diverse Ereignisse des jeweiligen Jahres. Welche es auf die Ringe schaffen, wird jährlich im Rahmen eines Bürgerbeteiligungsprozesses entschieden. Dabei prägt ein festgelegter Ablauf bis heute den Umgang mit den Erinnerungen und das Wachstum der bronzenen Chronik.

Jeder Jahresring enthält vier bis fünf wichtige Ereignisse der Stadt Mettmann

Foto: Bernd Günter



Die Bürger:innen der Stadt können mitentscheiden, welche historischen Ereignisse den „Gedächtnisbaum“ säumen sollen

Foto: Bernd Günter



Bis kurz vor Weihnachten eines jeden Jahres können alle Bürgerinnen und Bürger dem Arbeitskreis Vorschläge für von ihnen für besonders Mettmann-relevant gehaltene Ereignisse einreichen. Der AK stellt dann eine Vorschlagsliste von zehn bis zwölf Ereignissen zusammen.

Diese wird im ersten Quartal des Folgejahres zur öffentlichen Abstimmung gestellt – nachhaltig auf einer Unterseite der städtischen Website mettmann.de, in den lokalen Medien, aber auch als schriftlicher Abstimmungsbogen zum Beispiel im Bürgerbüro. Auch Heimatvereinigungen, Lehrer mit Schulklassen und andere fördern die Abstimmung. Der Zeitraum, in dem die Bürger maximal vier Ereignisse auswählen können, beläuft sich auf rund sechs Wochen.

So ergeben sich strikt nach Häufigkeit der Nennungen vier bis fünf Ereignisse, die dem Jahresring zugeordnet werden. Nach dem Ordern der bronzenen Buchstaben werden diese in einer Werkstatt des Sponsors Eisen gießerei Fondium in Mettmann auf einen der gegossenen und zwischengelagerten „Jahresringe“ aufgebracht. Die Kunstgießerei Kayser montiert sodann den kompletten Erinnerung auf dem Sockel. Der dabei abgenommene Ring des Vorjahres wird mit den älteren Ringen zusammen in Sichtweite auf dem Lavalplatz gestapelt.

NACHHALTIGKEIT IM SPONSORING

Es war und ist der erklärte Ehrgeiz des AK, die Stadt Mettmann mit diesem Projekt nicht finanziell zu belasten. Daher wird in jedem Jahr ein neuer Sponsor für den Erinnerung mit Buchstaben gesucht. Um zum Beispiel alle fünf Jahre fünf neue Ringe gießen zu lassen und die Buchstaben zu beschaffen, muss ein jährliches Sponsoring von derzeit 4.000 bis 5.000 Euro gesucht werden.



In der Vergangenheit konnten zumeist bekannte heimische Betriebe wie Eismann, Georg Fischer (jetzt: Fondium), Mono oder Messeservice Valentin als Sponsoren gewonnen werden (siehe sprechende-stadt.info/arbeitskreis/erinnerunge). Gelegentlich nutzen auch private Persönlichkeiten und Familien die Möglichkeit, ihr Engagement zu zeigen, Familienmitglieder zu ehren oder an Jubiläen zu erinnern – ein weiterer Aspekt der Bürgerbeteiligung. Diese Entwicklung ist auch der „Rheinischen Post“ zu verdanken, die zur Abstimmung und zum Sponsoring aufruft.

Die heute so oft beschworene Nachhaltigkeit ist demnach nicht nur im Projekt, seiner Idee und seinem Ablauf erkennbar, sondern auch in der langfristigen Wirkung des Sponsorings. Das private und betriebliche Engagement im Projekt „Erinnerunge – das weltweit einzigartige wachsende Denkmal“ ist für Mettmann und ihre Gäste bei jedem Weg über den Lavalplatz sichtbar. Wäre nur die Stifterkultur in Deutschland öfter so ergiebig und so offen für ein langes „In-Ehren-Halten“ an einem öffentlichen Ort in einer Stadtmitte!

WIE ES WEITERGEHT

Die Erinnerung sind mittlerweile ein fester Bestandteil des Stadtmarketings der Neanderthalstadt Mettmann – auf der städtischen Website, in den Stadtführungen, in den Aktivitäten der mit dem AK kooperierenden Heimatvereinigung „Aule Mettmann“ und in diversen Publikationen.

Zwar ist der touristische Effekt nicht bezifferbar, er zeigt sich aber deutlich beispielsweise in Berichten von einheimischen Gastgebern und deren Gästen, unterstützt durch eine regelmäßige Präsenz in den regionalen Medien.



Baumstumpf und Ringe werden in der Düsseldorfer Kunstgießerei Kayser in Bronze gegossen

Foto: Bernd Günter

Auch der Stadtimage-Effekt wurde leider bisher nicht durch begleitende Marktforschung erhoben, lässt sich aber über den Indikator Verbreitung der Marke „Neanderthalstadt Mettmann“ annehmen. Dies gilt auch in Sachen Bedeutung für den stadttinternen Impact auf Bürgerinnen und Bürger: Die Zusammenarbeit mit der Stadtspitze und der Verwaltung erwies sich als konstant gut – gerade weil die Bürgerbeteiligung in den vergangenen Jahren einen hohen Stellenwert für die Kommunalpolitik angenommen hat.

Klar ist aber: Für die nächsten Jahre ist die Fortführung des außergewöhnlichen Projektes gesichert. Allerdings gibt es eine Herausforderung: Der ehrenamtliche Charakter erfordert den langfristigen Bestand des Arbeitskreises trotz Fluktuation, die regelmäßige Sponsorensuche und -findung sowie geeignete Standorte auch für die durch abgelegte Jahresringe höher wachsenden Elemente des Denkmals. Denn nur so wächst diese Kunst-Installation weiter, die einen Beitrag zum Stadtmarketing über künstlerisch-kreative Verstärkung des lokalen Geschichtsbewusstseins und mit einer Portion Bürgerbeteiligung leistet.

GASTAUTOR



Foto: privat

Prof. Dr. Bernd Günter ist Lehrbeauftragter im Masterstudiengang „Kunstvermittlung und Kulturmanagement“ an der Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf. Er gilt aufgrund seiner beruflichen Erfahrung als Marketing-Experte: Neben der Professur für Betriebswirtschaftslehre insbesondere Marketing an der Düsseldorfer Universität von 1991 bis 2014 engagiert er sich seit mehr als 25 Jahren als ehrenamtlicher Leiter und Sprecher des Marketing-Arbeitskreises „Neanderthalstadt“ der Stadt Mettmann.

✉ guenter@uni-duesseldorf.de