

Die politische Klasse des Ruhrgebiets ist unzufrieden – nicht mit sich selbst, sondern mit dem Image der Region. Wieder einmal. Und wieder einmal soll eine Werbekampagne helfen. So jedenfalls hat es der Regionalverband Ruhr (RVR) beschlossen und einen, ja, Arbeitskreis eingerichtet.

Imagekampagnen für das Ruhrgebiet haben mittlerweile Tradition. Begonnen hatte es in den 80er Jahren: Damals tauchte in allen überregionalen Zeitungen das Bild einer idyllischen Flusslandschaft auf, mit Bäumen, die sich im Wasser spiegeln, Blumen, die einen Acker säumen, Kühen, die in saftig grünem Gras vor sich hin dösen – und der Behauptung, dies sei das Ruhrgebiet. Es passte so gar nicht zum Klischee einer grauen, unwirtlichen Industrielandschaft. Aber das Bild log nicht; es gab solche ländlichen Szenarien, genauso wie es die grauen Orte gab. Daran, am Nebeneinander höchst unterschiedlicher Raumarten, hat sich bis heute wenig geändert. Nur dass Bilder von Kühen, die im Ruhrgebiet leben, heute niemanden mehr überraschen. Das „Image-Problem“ verschwand jedoch nicht und so reiht sich seit 30 Jahren eine Kampagne an die nächste: Mal kocht der Pott, mal ist die Metropole im Werden. Auch IBA Emscher Park (1989–1999) und Europäische Kulturhauptstadt (2010) arbeiteten sich am Ruf des Ruhrgebiets ab. Zuletzt, 2013, sollte ein Ideenwettbewerb neue Zukunftsbilder für die „Metropole Ruhr“ liefern (Bauwelt 7.2014). Die beteiligten Büros beschäftigten sich mit zeitgemäßen Raum- und Infrastrukturen für das Ruhrgebiet und einem neuen Verständnis von Regionalplanung; am Metropolen-Bling-Bling hatten sie wenig Interesse. Es wäre viel gewonnen, würde der RVR daraus lernen. Denn es mangelt nicht an großen Erzählungen und noch größeren Versprechen, mit denen sich der Rest der Welt ohnehin nicht mehr beeindrucken lässt, weil sie überall versprochen werden, sondern am selbstverständlichen und selbstbewussten Weiterbauen des Ruhrgebiets und seiner Eigenarten.

Eine kleine Brauerei im Ruhrgebiet macht es vor. Sie wirbt mit dem Slogan: „Die großen Brauereien machen richtig gute Werbung. Wir machen lieber richtig gutes Bier.“ Das Beste daran: Sie tut es tatsächlich.

Richtig gutes Bier

Dirk E. Haas

kann auf eine weitere Imagekampagne für das Ruhrgebiet gut verzichten



Venedig im Krieg

Text **Bernhard Schulz**

Im Ersten Weltkrieg war Venedig Ziel österreichischer Luftangriffe. Eine Ausstellung in Dresden zeigt Fotos aus jener Zeit



Markusdom – Demontage eines Bronzepferds, 1915

Seit John Ruskin und seinem Buch „The Stones of Venice“ von 1851 liefert die Lagunenstadt das Paradigma der bis heute anerkannten Denkmalpflege: der Wertschätzung und Erhaltung baulicher Substanz in ihrem überlieferten, historisch überformten Zustand. Seither wird die Geschichte des modernen Venedig zugleich als eine des romantischen Verfalls geschrieben, bis in unsere Tage der hemmungslosen touristischen Übernutzung hinein.

Doch das Venedig, das wir heute kennen, ist nicht überall das einer fernen, vormodernen Vergangenheit. Es wirkt geradezu schockierend zu erfahren, dass Venedig ein Schauplatz der seinerzeit modernsten Kriegsführung war, und zwar während des Ersten Weltkriegs. Im Mai 1915 war Italien an der Seite der Entente in den Krieg eingetreten, vorrangig, um Gebiete von seinem habsburgischen Nachbarn und nunmehrigen Feind zu erobern. Österreich-Ungarn antwortete mit der modernsten Waffe: der Luftflotte. Vene-

dig, nur knapp 120 Kilometer vom nächstgelegenen österreichischen Militärflugplatz entfernt, wurde zum Versuchsobjekt des Bombenkriegs in seinen frühen Anfängen.

1029 Sprengbomben

Noch konnte man die angreifenden Flugzeuge und sogar die abgeworfenen Bomben zählen. Einen Weltkrieg später würde die Bombenfracht nur mehr nach Gewicht gemessen werden. Doch das Bombardement Venedigs war über das Stadium ungelinker Versuche bereits hinaus. 1029 Sprengbomben richteten erhebliche Zerstörungen an. Dass die Schäden längst aus dem Bewusstsein verschwunden sind, verdankt sich den Rekonstruktionen der Mussolini-Zeit.

Im vergangenen Jahr zeigte der Städtische Museumsverbund Venedigs die Ausstellung „Venedig verteidigt sich, 1915–1918“ aus den Beständen seines Foto-Archivs. Der Generaldirektor der Staatlichen Kunstsammlungen Dresden Hartwig

Fischer brachte die Schau in das ebenfalls (wenn auch ungleich härter) vom Bombenkrieg getroffene Dresden. Dort werden die mehrere hundert Schwarz-Weiß-Fotografien im Japanischen Palais gezeigt. Die nüchternen, im besten Sinne dokumentarischen Aufnahmen zeigen die Stadt und ihre Bauten in vorbeugenden Schutzmaßnahmen wie auch im Zustand der Beschädigung. Noch sind die Zerstörungen nicht flächendeckend wie im Zweiten Weltkrieg. Umso deutlicher tritt hervor, wie fragil, wie gefährdet jedes einzelne Bauwerk als Zeugnis der Vergangenheit ist.

Zunächst gelten die Anstrengungen in der Lagunenstadt dem Schutz vor den drohenden Angriffen. Das Reiterstandbild des Colleoni von Andrea del Verrochio verschwindet unter einer Schutzhütte mit steilem Satteldach, um herabfallende Sprengkörper seitlich abzulenken. Die Spitzbögen des Dogenpalasts werden ausgemauert, die Kapitelle umhüllt. Die Pferde von San Marco – ihrerseits Beute eines Kriegszuges, wenn auch bereits im Jahr 1204 – werden mit Seilwinden herabgelassen; sie kamen anschließend aufs Festland. Die Ausstattung des Markusdoms wird mit gewaltigen Sandsackbarrieren umkleidet, so die Ikonostase vor dem Chor.

Das Bombardement begann unmittelbar nach Kriegseintritt. 42 Angriffe werden bis November 1918 gezählt. Beinahe ungläubig stehen Anwohner und Soldaten vor den Trümmern am Campo Santa Giustina oder dem Bombentrichter an der Anlegestelle von San Samuele. Der Einsturz des Gewölbes der Barfüßerkirche ist der größte Verlust. Mühsam werden Reste des Deckenfreskos von Tiepolo in einem Gewölbezwickel gesichert, nach Aufbau eines gewaltigen Holzgerüsts. Der Angriff hatte dem benachbarten Bahnhof gegol-



Markusdom – Kanzel, Ikonostase und Altäre unter Schutzvorrichtungen, Aufnahmen von Tomaso Filippi aus dem Jahr 1915
Beide Fotos: © Fondazione Musei Civici di Venezia, Archivio Museo Fortuny

Waldmann **W**
ENGINEER OF LIGHT.



BIODYNAMISCHES LICHT FÜR MEHR WOHLBEFINDEN.

Die Stehleuchte LAVIGO PULSE VTL bringt die natürliche Lichtwirkung in Innenräume – ohne Anbindung an das Gebäudemanagement. Sie unterstützt unseren biologischen Rhythmus auf natürliche Weise, indem sie den Tageslichtverlauf in Beleuchtungsstärke und -farbe im indirekten Lichtanteil simuliert. Das aktiviert am Morgen und sorgt für mehr Leistungsfähigkeit und Wohlbefinden über den gesamten Tag.

www.waldmann.com/pulse-vtl