

Liebe Leser des Denkmalspiegels,

im Jahr 2009 haben wir das Erscheinungsbild des Denkmalspiegels verändert – und wie wir meinen – sehr verbessert. Zum 10-jährigen Jubiläum der Stiftung erschien im Dezember 2009 ein Heft zu diesem Thema. Wir konnten noch einmal die Vielfalt unserer Betätigungsfelder darstellen.

Leider können wir die Herausgabe des Denkmalspiegels nicht fortsetzen. Im Jahre 2009 und nun endgültig im Jahr 2010 wurde klar, dass ein wesentlicher Pfeiler der Finanzierung unserer Stiftung nicht mehr zur Verfügung steht. Dieser Pfeiler war die Erzielung von Einnahmen über Werbeanlagen im öffentlichen Raum. Diese Werbeanlagen waren großflächig angebracht an den wieder hergestellten Denkmalen wie zum Beispiel zu Anfang unserer Tätigkeit am *Brandenburger Tor*, später am *Alten Palais* Unter den Linden und zuletzt am *Charlottenburger Tor*. Es gab aber auch kleinflächige Werbeanlagen in Form der Megaflags im Berliner Straßenraum, am Alex, am Potsdamer Platz, am Ernst-Reuter-Platz und an vielen Stellen mehr. Diese Werbeanlagen sind zunehmend in den Medien, durch Politiker dieser Stadt sowie durch die Senats- und Bezirksverwaltungen kritisiert worden. Angeblich haben diese das Stadtbild verschandelt, standen zu lange und führten nicht zu Einnahmen für die Stadt.

Aber – wie jetzt auch am *Charlottenburger Tor* zu besichtigen – sie dienten der erheblichen Verschönerung des Stadtbildes.

Vielleicht kam der von Kasupke in der Morgenpost veröffentlichte Meinungsumschwung nicht zu spät:

*„Ehrenplatz für Ehrenamt. Keine Models zieren det Baujerüst anner Siejessäule, sondern Berliner, die sich für andere einsetzen. Gute Idee! Ich hab ja schon oft wejen übadimensionierter Werbung jemeckert, aba nu muss ick ooch ma Abbitte leisten. An der Charlottenburjer Brücke sind die Riesenposter vaschwunden, dafür erstrahlen da zwee große Kandelaber in neuem Jlanze. Die Stiftung Denkmalschutz Berlin hat die historischen Lichtträger wieda uffjebaut – mit Werbeeinnahmen. Müssen Se ma kieken, wenn Se den 17. Juni langfahn. Oda Se halten an, steijen ruff uffs Charlottenburger Tor und jenießen de Aussicht. Im Kella unterm Tor sind alte Karten und Fotos ausjestellt. Da sehn Se Berlin, wie et war.“* (Kasupke, Morgenpost 14.08.2010)

Vielleicht sieht man die Werbung im öffentlichen Raum nun mit Kasupke doch anders. Durch die Werbung an den Bauten des *Charlottenburger Tores* ist die Neugestaltung finanziert worden. Zwischen Tor und Kandelabern ist ein neuer städtischer Raum entstanden.

Die Stiftung hat durch das Wegbrechen der Einnahmen aus Werbung einen erheblichen finanziellen Einbruch erlebt. Eine der Folgen dieses Einbruchs ist die zumindest vorläufige Einstellung der Veröffentlichung des Denkmalspiegels. Die Stiftung kann sich diese Ausgaben derzeit schlicht nicht mehr leisten. Vielleicht ändert sich diese Lage im Jahre 2011. Auch Sie können diesen Meinungsumschwung mit herbeiführen und unterstützen. Schreiben Sie uns.