

Stiftung Denkmalschutz vor dem Aus?

Werbeflächen-Streit sorgt laut Geschäftsführer für finanzielle Probleme

VON MARTIN KLESMANN

Die Stiftung Denkmalschutz hat mehrere Berliner Wahrzeichen aufwendig saniert, darunter das Brandenburger Tor und zuletzt das Strandbad Wannsee. Ob weitere Großprojekte folgen werden, erscheint derzeit fraglich. Denn die Stiftung beklagt, dass die Berliner Bezirkspolitiker immer weniger Werbeflächen an prominenten Orten zulassen. Da die Stiftung ihre Arbeit aber zum Hauptteil über diese Werbeeinnahmen finanziert, stehe sie vor der Existenzfrage, sagte gestern Geschäftsführer Volker Härtig. „Wir müssen uns ernsthaft überlegen, ob die Stiftung Denkmalschutz noch Sinn macht.“ Angesichts der Situation habe man sich nicht mehr an der Ausschreibung zur Sanierung des Strandbades Müggelsee beteiligt. Für die Sanierung des Wilmersdorfer Schoeler-Schlösschens, in dem die Bibliothek des früheren Bundespräsidenten Johannes Rau untergebracht werden soll, fehle bereits das Geld.

Nun ist auch noch die Situation im Bezirk Mitte eskaliert. Die Stiftung, deren Vorsitzender der letzte DDR-Regierungschef Lothar de Maizière ist, hat vor dem Verwaltungsgericht eine Eilklage gegen eine Verfügung des Bezirkes Mitte eingereicht. Baustadtrat Ephraim Gothe hatte veranlasst, dass Werbeflächen der Stiftung am Hauptbahnhof, Alexanderplatz und anderen zentralen Orten abgebaut werden müssen, einzelne Werbeflächen wurden gar als „Verkehrshindernis“ bezeichnet. Die Stiftung hingegen ist der Meinung, dass die Werbeflächen dort noch weiter bleiben dürfen, da eine Laufzeit von drei Jahren vereinbart worden sei.

In diesem Konflikt geht es um viel Geld: Denn vor allem mit den insgesamt 28 Werbeflächen hat die Stiftung Denkmalschutz allein die Hälfte der 8,5 Millionen Euro Sanierungskosten für das Strandbad Wannsee aufgebracht. Die Werbeflächen wurden fast ausschließlich in Mitte und Charlottenburg-Wilmersdorf aufgestellt. Die andere Hälfte kam aus Spenden und Fördermitteln. Verbaut worden ist das von der Stiftung bereits eingenommene Geld längst, doch kurz nach der Eröffnung des sanierten Strandbades Wannsee verfügte der Bezirk Mitte den Abbau der Werbeflächen. Das bedeutete für die Stiftung Denkmalschutz laut Härtig einen Ausfall von insgesamt 700 000 Euro. Mit eingerechnet sind hier die 200 000 Euro aus Rückstellungen, die die Stiftung nun an einen Geschäftspartner bezahlen muss.

Derzeit sind in Mitte noch vier von zehn Werbeflächen aufgestellt, etwa am Potsdamer Platz. Kurios: Anders als in Mitte dürfen die Wer-

Wahrzeichen der Stadt saniert

Gründung: Die Stiftung Denkmalschutz Berlin ist Ende 1999 gegründet worden. Ihr Ziel ist es, die Bau- und Bodendenkmäler in Berlin zu erhalten, instand zu setzen und zu restaurieren. Dem Vorstand gehört der frühere Senatsbaudirektor Hans Stimmann an. Im Kuratorium sitzen mehrere Landespolitiker, auch Walter Momper (SPD), Präsident des Abgeordnetenhauses.

Sanierung: Die Stiftung hat in den vergangenen Jahren mehrere Berliner Denkmäler aufwendig saniert. So wurde das Brandenburger Tor in den Jahren 2000 bis 2002 restauriert. Finanziert wurde dies durch die Telekom, die dafür am Tor werben durfte. Der Landesrechnungshof monierte, dass

Aufträge an die Stiftung nach den Regeln der Landeshaushaltsordnung ausgeschrieben werden müssten.

Weitere Projekte: Auch das Charlottenburger Tor an der Straße des 17. Juni war fast drei Jahre von einer Werbeplane umhüllt. Dadurch wurden die 1,8 Millionen Euro für die denkmalgerechte Sanierung des teils kriegszerstörten Ensembles aufgebracht.

Strandbad Wannsee: Das Strandbad Wannsee wurde ebenfalls von der Stiftung Denkmalschutz saniert und im Mai 2007 wieder an den Senat übergeben. Die Stiftung hatte stattliche 8,5 Millionen Euro für die Restaurierung eingenommen.



BERLINER ZEITUNG/GERD ENGELSMANN



IMAGO/PEMAX

Die Sanierung des Brandenburger Tores war das erste Großprojekt der Stiftung Denkmalschutz. Das Berliner Wahrzeichen war durch Witterung, Autoverkehr und unterlassene Instandhaltung stark in Mitleidenschaft geraten.

Das Charlottenburger Tor wurde ebenfalls denkmalgerecht saniert. Dabei wurden auch die in den letzten Kriegstagen zerstörten Kandelaber wieder in das historische Ensemble an der verkehrsreichen Straße des 17. Juni eingefügt.

beflächen in Charlottenburg-Wilmersdorf vorerst weiter hängen. Kern des Streits in Mitte ist die Frage, wann die Drei-Jahres-Aufstellungsfrist für die Plakate begonnen hat. Der Bezirk ist der Auffassung, dass diese Laufzeit bereits mit dem Beschluss des Rates der Bürgermeister im Frühjahr 2004 begann. Die Stiftung meint, dass die Frist erst mit der Aufstellung der Plakate anfang.

Der Rat der Bürgermeister hat sich zudem geeinigt, kaum noch großflächige Werbeflächen an prominenten Orten wie etwa dem Bettenhaus der Charité zuzulassen.

Pech hatte die Stiftung Denkmalschutz offenbar auch mit dem Versuch, über Werbeflächenvermarktung am Pariser Platz die Sanierung

des Poststadions in Mitte zu finanzieren. An diesem prominenten Ort konnten laut Stiftung wider Erwarten keine Gewinne erzielt werden. In diesem Zusammenhang stellten Dritte Anzeige gegen unbekannt wegen Untreueverdachts. Da sei nichts dran, sagte de Maizière gestern. Die Stiftung gab für das Projekt Poststadion insgesamt lediglich 62 500 Euro – 20 000 Euro Sachmittel für ein Projekt mit straffällig gewordenen Jugendlichen, 40 000 Euro an den Bezirk Mitte und 2 500 Euro für eine Broschüre zum Stadion, wie der Stiftungsvorsitzende de Maizière sagte. Dies habe man aus Stiftungsmitteln finanzieren müssen, 11 500 Euro kamen von 20 Privat Spendern.