

Blickpunkt

DENKMALPFLEGE. MEHRWERT ALS DU DENKST DIE IMAGEKAMPAGNE DER VDL IN HESSEN

Annika Tillmann

Die Denkmalpflege steht oft im Schatten falscher Wahrnehmungen – als Verhinderin von Fortschritt oder Klimazielen. Trotz aktueller Fakten, die dies widerlegen, bleibt sie ein dankbarer Sündenbock. Die Vereinigung der Denkmalfachämter in den Ländern (VDL) hat deshalb eine Imagekampagne ins Leben gerufen, die Denkmäler als emotionale und kulturelle Anker ins Zentrum rückt (Abb. 1). Ziel ist es, die Denkmalpflege als unverzichtbare Partnerin in aktuellen Themen wie Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und Identitätsbildung sichtbar zu machen – klug, einfallsreich und nahbar.

ZWISCHEN WAHRNEHMUNG UND WIRKLICHKEIT

Fachleute der Denkmalpflege sind gesuchte Gesprächspartner, aber keiner gibt es zu. Erwähnt wird die Denkmalpflege oft nur, wenn sie als Sündenbock dienen kann. Typisches Beispiel: Denkmalpflege als Verhinderin der Klimaziele. Nur circa drei Prozent der Gebäude in Deutschland sind denkmalgeschützt. Wie kann eine solche Randerscheinung die Klimaziele verhindern? Ganz im Gegenteil können kluge und nachhaltige Anpassungsstrategien an Denkmälern sozusagen von der ›Kürk auf den normalen Bestand übertragen werden. Und aktuelle Zahlen zeigen ebenfalls: Denkmalschutz ist Klimaschutz. Die hessische Denkmalpflege hat 2024 98,6 Prozent aller Photovoltaikanträge genehmigt. Demgegenüber wird in Hessen aktuell gegen 75 Prozent der Genehmigungsbescheide für Windenergieanlagen

durch Kommunen und Bürgerinitiativen geklagt. Diese Zahlen und sachliche Argumente erreichen aber weder Politik noch Öffentlichkeit. Die festgelegte Rolle der Denkmalpflege als dankbarer Sündenbock bleibt bestehen. Vor diesem Hintergrund beschloss die VDL 2022 eine Imagekampagne für die Denkmalpflege. Die Kampagne soll 2025 starten, um das 50-jährige Jubiläum des Europäischen Denkmalschutzjahres 1975 als verstärkende Wirkungskraft zu nutzen.

Kampagnenerfahrung hatte die VDL bereits 2018 mit ›Denkmal Europa‹ sammeln können. Ihr Ziel war es, Kinder und Jugendliche niederschwellig für die Denkmalpflege zu begeistern. Daran hatte 2021 die Kampagne ›Denkmalschutz ist Klimaschutz‹ mit einem Onepager in barrierefreier Sprache und einer Broschüre angeknüpft, die an relevante Bundesministerien gingen.¹

Im Juli 2023 fand der Kick-Off der Imagekampagne in Hannover statt, an dem auch mit Dr. Katrin Bek und Dr. Annika Tillmann zwei Mitarbeiterinnen des Landesamtes für Denkmalpflege Hessen (LfDH) teilnahmen. Hier wurde das Selbstbild der Denkmalpflege konkretisiert: Was können nur wir als Denkmalpflege? Wofür bieten nur wir Lösungen? Denkmalpflege als unentbehrliche Partnerin und bei Problemlösungen von aktuellen Themen wie Klimaschutz, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit. Denkmalpflege ist Werterhalterin, Arbeitgeberin, Repariererin, CO₂-Expertin, Identitätsstifterin, Umnutzerin.

Abb. 1:
Die neue VDL-Imagekampagne MehrWert
Plakat mit dem hessischen Motiv Haus Höllzinger in Bad Nauheim
Foto: D. Leistner, Gestaltung: A + R





Abb. 2:
Objektauswahl
MehrWert-Magazin
Motive aus Bayern, Hamburg, dem Saarland und Sachsen: Für die 18 Länderbeiträge wurden Objekte mit einer besonderen Ästhetik und emotionalen Geschichten ausgewählt.
Fotos: M. Dorfmüller, Z. Zimmermann (www.designladen.com), Netzwerk ostmodern, M. Dziallas, Ch. Voigt

PERSPEKTIVWECHSEL AUF DIE DENKMALPFLEGE

Für einen Imagewandel benötigen wir jedoch einen Perspektivwechsel: einen unverstellten Blick von außen und professionelle Unterstützung. Beides konnte in der Kommunikationsagentur Anzinger und Rasp gefunden werden. In Sachen Denkmalpflege ein noch vollkommen unbeschriebenes Blatt. Ideal, um die Perspektive der breiten Bevölkerung auf die Denkmalpflege zu erfassen und gezielt problematische Punkte anzusprechen. Das taten sie auch gleich beim Auftakt-Workshop im April 2024 in München mit acht bewusst provokativen Fragen, die zitieren, was viele denken: *»Die kümmern sich hier um was genau? Und wie heißen die noch mal? Interessiert sich eigentlich irgendjemand für das, was die da machen? Wozu braucht man heutzutage noch dieses ganze alte Zeug? Wäre die Kohle für einen neuen Kindergarten nicht sinnvoller investiert? Was man so mitbekommt: Was machen die eigentlich außer krass rumzunerven? Sollten wir nicht besser über die Zukunft nachdenken? Und mal ganz ehrlich: Was hab' ich am Ende davon?«* Darauf gaben sie zum Glück gleich 16 Antworten: Was wir sind: Wir sind Beschützer. Wir sind Vermittlerinnen. Wir sind Forscher. Wir sind Praktikerinnen. Wir sind Verwaltungskünstler. Wir sind Fördererinnen. Wir sind Kritiker. Wir sind Wegbegleiterinnen. Was wir können: Wir schonen Ressourcen. Wir

erhalten Geschichte. Wir besitzen Reparaturwissen. Wir sind nachhaltig. Wir stiften Identität. Wir haben bauhistorische Expertise. Wir stehen für Suffizienz und Konsistenz. Wir koordinieren vielfältige Projekte.

Die Kampagne hat das Ziel, das Selbstverständnis der Denkmalpflege in eine moderne, offene, einladende Kommunikation zu übersetzen. Dafür brauchen wir eine neue, mutige Haltung. Für die Themen der Denkmalpflege und deren Kommunikation gilt für dieses Projekt: neu hinschauen – neu denken. Anders als die beiden vorangegangenen Kampagnen verfolgt die aktuelle Kampagne das Ziel eines umfassenden Imagewandels bei einer maximal breiten Zielgruppe: alle Menschen. Mit ihnen wollen wir erzählerisch, emotional und einfallsreich sprechen. Uns Themen nach dem Prinzip *»keep it simple!«* nähern: unterhaltend, aber nicht trivial. Klug, aber nicht belehrend. Informativ, aber nie unverständlich oder abstrakt. Noch einen deutlichen Schritt nahbarer als in vorangegangenen Kampagnen. Verankert in den Lebenswelten der Menschen, die alle in Such- und Lernprozessen stecken. Gut leben im 21. Jahrhundert? Welche Richtung hat der Fortschritt? Bewahren oder verändern? Dieser Beitrag stellt die Kampagne mit ihrer neuen Art der Kommunikation vor. Um dies ganz unmittelbar zu leisten, lässt er immer wieder auch den sprachlichen Duktus der Kampagne durchscheinen.

DENKMALPFLEGE.

MEHRWERT ALS DU DENKST

MehrWert ist eine Kampagne, die unsere Arbeit als Fachleute der Denkmalpflege näher beleuchtet. Drei verschiedene Zugänge bieten unterschiedliche Perspektiven. Diese vermitteln ein vielfältiges, emotionales und neugierig machendes Bild der leidenschaftlichen Arbeit am Denkmal. Zentrales Medium der Kampagne ist ein Magazin im Format DIN A4-Übergröße mit einem Umfang von 93 Seiten. Das Magazin besticht durch herausragende Bilder in unkonventioneller Gestaltung, die uns Denkmäler neu sehen lassen.

DIE EMOTIONALE KRAFT DER DENKMÄLER

Denkmäler gewinnen ihren Wert nicht nur durch ihre historische oder architektonische Bedeutung. Vor allem entfalten sie ihre Wirkung durch die Emotionen, die sie hervorrufen. In einem innovativen Format werden die Themen

der Denkmalpflege mit starken Begriffen verbunden: Neuanfang, Schönheit, Sensibilität, Inspiration, Begegnung... Jeder dieser Begriffe findet seine Verkörperung in einem speziellen Denkmalprojekt aus den Denkmalfachämtern. 18 Projekte, 18 Geschichten (**Abb. 2**). Die kurzen Texte konzentrieren sich auf den Bezug zwischen Begriff und Projekt und liefern überraschende Einblicke. Sie wecken Emotionen, entfachen Neugier und ziehen uns in ihren Bann. Was hat das mit unserer Arbeit zu tun? Alles! Denkmalwerte vermitteln sich nicht allein durch Fachwissen, sondern auch durch Emotionen.

Zu jedem Denkmalprojekt gehört auch eine klug gewählte Zahl, die dazu einlädt, nicht nur die Oberfläche eines Denkmals zu betrachten. Sie macht neugierig auf die Geschichten hinter dem Denkmal. Emotion und Information verbinden sich und schaffen ein umfassendes Bild der Herausforderungen und der Schönheit der Denkmalpflege.

Hessen hat eine vielfältige Denkmallandschaft mit rund 70.000 Denkmäler. Hier genau ein Denkmal auszuwählen, ist wie die Suche nach der Nadel im Heuhaufen. Was zeichnet Hessen besonders aus, ist aber noch nicht zum Klischee geworden? Worüber lassen sich überraschende Geschichten erzählen? Und zu welchem Objekt gibt es Fotos, die uns Denkmäler in ganz neuem Licht sehen lassen? Die Wahl fiel auf ein Haus, das selbst überrascht, mehr Skulptur als Gebäude ist. Aus einer Zeit, für die immer noch stark geworben werden muss: das Haus Hölzinger in Bad Nauheim von 1977, seit 2011 Kulturdenkmal (**Abb. 1 und 3**). Eine Antithese zum Brutalismus, die auf die weniger bekannte Vielfalt der 70er-Jahre-Architektur verweist. Ein architektonischer

Neubeginn, ein Kunstobjekt, das sich zum darin Wohnen und Arbeiten eignet und gleichzeitig für Beides einen Perspektivwechsel bedeutet: Seine vollkommene Symmetrie ist eine Abkehr von der funktionalen Bedingtheit von Räumen. Ihr Denkmalschutz zeichnet diese Architektur als bewahrenswert auch für nachfolgende Generationen aus. Denkmalpflege hilft dabei, ihre Werte zu bewahren und vermittelt, was das Besondere an einem denkmalgeschützten Objekt ist. Während dies traditionell fachlich geschah, geht die **MehrWert**-Kampagne neue Wege und vermittelt Denkmalwerte vor allem emotional, um auch bisher verschlossene Türen zu öffnen.

NACHHALTIGE ZUKUNFT

BRAUCHT VERGANGENHEIT

Vier kurze Essays bieten eine Perspektive auf die Zukunft der Denkmalpflege und beleuchten ihre Rolle in den aktuellen gesellschaftlichen Debatten: Wo steht die Denkmalpflege? Wie definiert sie sich neu und nach vorne? Der Essay »Heute eigentlich schon an morgen gedacht?« beleuchtet die Rolle der Denkmalpflege als Klimaschützerin. Mit ihren Prinzipien Langlebigkeit und Ressourcenschonung bietet sie eine nachhaltige Alternative zu einem konsumorientierten Wirtschaftssystem. Mit ihrer Reparaturkultur minimiert die Denkmalpflege Gewinnung, Herstellung und Transport neuer Baumaterialien, vermeidet Abfall und Entsorgung und reduziert ökonomische und ökologische Kosten. Die Methoden der Denkmalpflege sind damit ideale Leitbilder eines bewahrenden, kreislaufwirtschaftlichen Umgangs mit Substanz in allen Bereichen des Lebens. Damit fördert Denkmalpflege den Wandel von

Abb. 3:
Magazin mit Länderbeitrag aus Hessen
Das Haus Hölzinger in Bad Nauheim (1977) ist seit 2011 ein Kulturdenkmal.
Foto: R. Welsen, LfDH



der Wegwerfgesellschaft zur ökologisch nachhaltigen Reparaturgesellschaft. Der Essay »Wie wär's mit mehr Reichtum dank Kulturerbe?« zeigt die Denkmalpflege als Identitätsstifterin (**Abb. 4**): Heimat entsteht in der Begegnung von Menschen unterschiedlicher Herkunft an gemeinschaftlichen Orten. Die Herausforderung in der heutigen Bundesrepublik ist, aus Vielfalt Zusammenhalt durch eine gemeinsame Kultur zu schaffen. Die Denkmalpflege leistet hierzu einen Beitrag, indem sie Orte erhält und weiterentwickelt, die Menschen unterschiedlicher sozialer, kultureller und geografischer Herkunft verbinden. Historische Bauten und Denkmäler erzählen gemeinsame Geschichten, machen Identitätsangebote und bieten Raum für Begegnung. Sie sind Brückenbauer für gesellschaftlichen Zusammenhalt. In Deutschland ist die Gestaltung solcher Begegnungsorte zentral für die Integration und das Schaffen einer gemeinsamen Kultur. Dies thematisierte 2016 der 41. Tag der Hessischen Denkmalpflege in Offenbach a. M. unter dem Titel »Offenbach Transfer. Eine Stadt und ihre Bewohner. Die Tagung würdigte Offenbach als »Arrival City, die bereits seit dem späten 17. Jahr-

hundert immer wieder Menschen unterschiedlicher Herkunft aufgenommen hat. Diese haben ihre Spuren in Architektur und Kultur hinterlassen. Vom Zuzug der Hugenotten, der handwerkliches und wirtschaftliches Wachstum förderte, bis zur Ankunft von Vertriebenen nach 1945 sowie von Gastarbeitenden während des Wirtschaftswunders – Offenbach a. M. entwickelte sich vom Dorf zu einem vielfältigen urbanen Lebensraum einer Großstadt. Heute zeugen Orte wie eine Moschee in einer ehemaligen Werkstatt oder eine italienische Community in einem Gründerzeithaus die Integrationsleistung von historischen Bauten. Auch eine Gospelkirche in einer alten Taschenmanufaktur gehört dazu. Die Offenbacher Beispiele verdeutlichen, wie Denkmalpflege durch den Erhalt und die behutsame Umnutzung historischer Bauten Identität stiftet. Sie unterstützt Integrationsprozesse und trägt zur Entwicklung einer gemeinsamen Kultur auf der Basis bestehender Werte bei. So wird Geschichte lebendig und relevant für alle Generationen und Herkunftskulturen.

Der Essay »Wo lang geht's hier bitte Richtung Zukunft?« widmet sich der Denkmalpflege als Bewahrerin von Kulturrat. Denkmäler sind zentrale Ankerpunkte in Orten, die ihnen Lebensqualität geben. Die Denkmalpflege sorgt dafür, dass diese wertvollen Bauwerke erhalten bleiben. Dadurch steigert sie die Attraktivität und Einzigartigkeit von Städten und Dörfern und bildet den Ausgangspunkt für Revitalisierungen von Orten. Hessische Beispiele sind hier etwa die nordhessischen Orte Homberg/Efze oder Wanfried: 2006 gründeten Ehrenamtliche in Wanfried die »Bürgergruppe für den Erhalt Wanrieder Häuser«, um Leerstände im historischen Stadtzentrum zu beseitigen und moderne Wohnräume zu schaffen. Sie vermitteln kostenfrei Fachwerkhäuser, beraten Käufer, begleiten Sanierungen und fördern die Integration von Neubürgern. Ein zentrales Projekt ist das »Fachwerkmustermuseum Wohnen in der Altstadt«, ein instand gesetztes Fachwerkgebäude aus dem 18. Jahrhundert, realisiert mit Unterstützung des Stadtumbau-West-Programms. Es dient als Bauberatungs- und Informationszentrum für modernes Wohnen in alten Häusern. Das sanierte Musterhaus inspirierte weitere Maßnahmen in der Nachbarschaft. Dank der Bürgergruppe und des Musterhauses verzeichnet Wanfried trotz demografischer Herausforderungen seit 2011 mehr Zuzüge als Wegzüge. Das Musterhaus repräsentiert Wanfried erfolg-

Wie wär's mit mehr Reichtum dank Kulturerbe ?



reich, unterstützt durch viele Vorträge und Immobilienvermittlungen im Wert von über fünf Millionen Euro für lokale Betriebe.

In Homberg bildete die Umnutzung einer als verloren begriffenen historischen Scheune in einen Kindergarten die Keimzelle für eine Ortsneubelebung: Nachdem gezeigt werden konnte, dass eine Nutzung als Kindergarten auch unter denkmalpflegerischen Auflagen sinnvoll und möglich ist, siedelten sich weitere wichtige Bausteine der Vitalisierung der historischen Altstadt in unmittelbarer Nachbarschaft – zum Beispiel ein Ärztehaus – an. Mit diesem Ausbau der Gemeinbedarfseinrichtungen im Bestand wurde eine Verbesserung der Lebensqualitäten durch die Instandsetzung historischer Gebäude erreicht.

In dem Essay »Mit tollen Visionen geht das wie nochmal?« wird die Denkmalpflege als Wissensbewahrerin gezeigt: Denkmäler sind nicht nur historische Bauwerke, sondern speichern Wissen und bewahre Handwerkskunst. Denkmalpflege bewahrt und vermittelt dieses Wissen, damit wir nachhaltig inspirierend bauen können. Der Hessische Kratzputz, eine traditionelle Technik zur Verzierung von Fachwerkgebäuden, ist ein lebendiges Beispiel dafür, wie Denkmäler Wissen speichern. Diese Putz-

weise entstand im 17. Jahrhundert in Hessen. Handwerker gestalteten den noch feuchten Kalkputz durch Eindrücken, Modellieren oder Einritzen. Die Motive reichen von Figuren über Blumen bis zu Schutzsymbolen und prägen die Ortsansichten der Regionen Schwalm und Hessisches Hinterland. 2016 erkannte die Deutsche UNESCO-Kommission den Hessischen Kratzputz als immaterielles Kulturerbe an. Dies unterstreicht seine Bedeutung als seltene Handwerkstechnik, die dank engagierter Maler- und Stuckateurbetriebe in Nordhessen weiterlebt und durch die Weitergabe ihres Wissens an neue Generationen gesichert wird. Praxisseminare zur Ausführung und Restaurierung dieser einzigartigen Putztechnik werden an Orten wie der Propstei Johannesberg in Fulda angeboten.

VON ANEKDOTEN BIS ZUKUNFTSVISIONEN

Das Lexikon führt von A bis Z durch die vielseitige Welt der Denkmalpflege (Abb. 5). Es präsentiert 26 kurzweilige Geschichten, die Historie und Innovation, altehrwürdige Tradition und moderne Forschung vereinen. So zeigt es Denkmalpflege als Brücke zwischen Tradition und Moderne. Anekdoten wecken Neugier und bringen zum Schmunzeln: von kuriosen Funden

A

Analyse — Die Denkmalpflege sorgt dafür, dass traditionelle Berufe wie Steinmetz, Stuckateurin, Drechsler, Schleiferdecker oder Restaurator nicht aussterben. Benötigt wird zunehmend auch das Know-how von IT-Fachkräften, etwa beim Monitorieren der Bausubstanz. Dabei erübrigt es manchen sogar, geschickt neu zu schreiben: es stellte sich in Wuppertal-Pfaffrather heraus, dass die Stadtmauer bereits im 14. Jahrhundert errichtet wurde – und damit mehr als 100 Jahre früher als zuvor gedacht.



B

Reuforschung — Für die **Reuforschung** sind denkmalgeschützte Gebäude Best-Practice-Beispiele. Oft klären sie darüber auf, mit welchen Materialien und Techniken in vergangenen Zeiten gebaut wurde und wie wir dieses Wissen noch heutig nutzen können. Manchmal geben sie aber auch Rätsel auf. So häuften sich im Rheinland Berichte über Schuhe, die zwischen dem 17. und 19. Jahrhundert in die Wand eingemauert wurden. Bei Renovierungen von Altbauten kamen sie zum Vorschein – und gaben Aufschluss über einen längst vergessenen Brauch, der weit verbreitet gewesen sein soll. Da sich die Schuhe häufig in der Nähe von Dächern, Kaminen oder Fenstern befanden, geht man davon aus, dass sie einen Schutz für das Gebäude und seine Bewohner*innen bewirkten sollten. Mache Denkmaleigentümer*innen lassen

diese Tradition heute wieder aufleben und mauern neue Schuhe ein. Nachkommen de Generationen werden sich wundern, wenn sie irgendwann in ihren Wänden bunte Sneaker und bequeme Birkenstock-Sandalen finden...



C

Calziumcarbonat — Bakterien könnten bald für die Denkmalpflege im Einsatz sein: Wenn Regenwürmer verharren, kann es Salzkristalle, die im alten Gestein für Risiko sorgen. In unterirdischen Höhlen entdeckte Forschende Bakterien, die in Steinen eine natürliche Schutzschicht aus **Calziumcarbonat** aufbauen. Nun wird geprüft, ob und wie sich historische Bauten mit dieser Methode besser schützen lassen.

D

3D-Drucker — Die von der Denkmalpflege, das sind doch die von vorgestern, so verstaubt wie alte Gemäuer. Wie die Freising zum Beispiel. Dort wurde im Jahr 2024 die Domkrypta restauriert und in neues Licht getaucht: mit neuen alten Lampen, von einem Hightech-Beleuchtungssystem gesteuert. Um die



37

Abb. 4:
Essay Denkmalschutz ist Identitätsstiftung
Der Essay »Wie wär's mit mehr Reichtum dank Kulturerbe« zeigt, wie historische Orte gesellschaftlichen Zusammenhalt fördern können.
Gestaltung: A + R

Abb. 5:
Lexikon
Das Lexikon bietet unterhaltsame Geschichten zwischen Tradition und Moderne und nimmt mit auf eine Reise durch die überraschende Vielfalt der Denkmalpflege.
Gestaltung: A + R

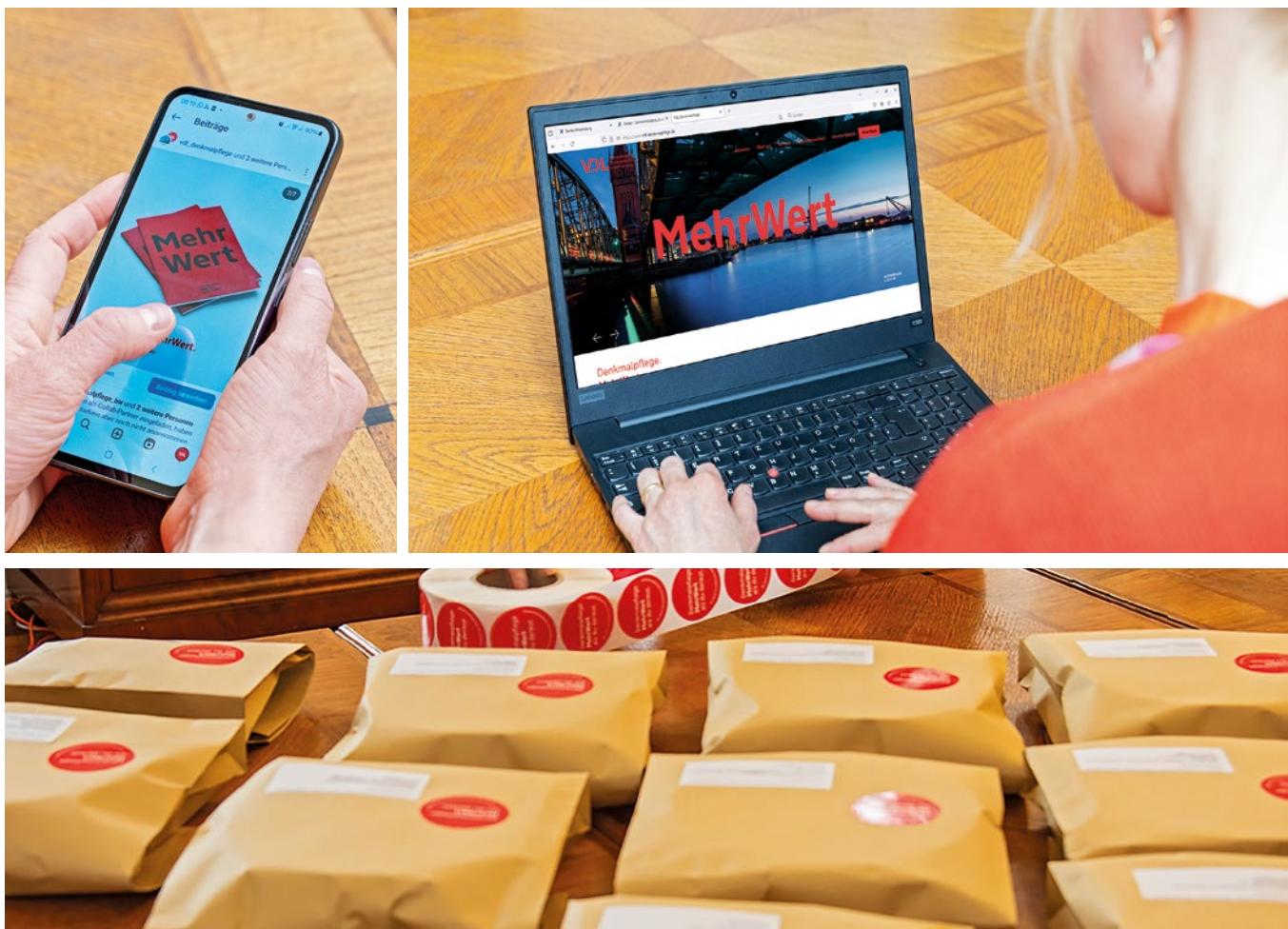


Abb. 6 und 7:
Social Media und
neugestaltete VDL-
Homepage
Die MehrWert-
Kampagne wird auch
in den Sozialen Me-
dien und der VDL-Ho-
mepage verbreitet.
Foto: R. Welsen, LfDH

Abb. 8:
Aufkleberaktion
Der Versandaufkleber
präsentiert den Kam-
pagnen-Slogan und
verlinkt die Kampagne
mit dem 50-jährigen
Jubiläum des Euro-
päischen Denkmal-
schutzes 1975.
Foto: R. Welsen, LfDH

der Bauforschung über beeindruckendes ehrenamtliches Engagement bis zu ungewöhnlichen Denkmalgattungen. Von althergebrachten Materialien, die sich als überraschend nachhaltig erweisen. Und von kreativen Ideen zur Umnutzung historischer Gebäude. All diese Geschichten werden unterhaltend und mit einem Augenzwinkern erzählt. Ideal zum Weitererzählen oder Teilen in sozialen Medien. Der Schwerpunkt liegt nicht auf Zahlen und Fakten, sondern auf der persönlichen Hingabe vieler Menschen. Sie halten Denkmalpflege lebendig. So nimmt das Lexikon mit auf eine Reise, die zum Staunen anregt und zum Nachdenken anhält. Es schärft das Bewusstsein für das, was war, was ist und was noch kommen mag – im Zeichen der Denkmalpflege.

Hessen ist hier gleich zweimal vertreten: Unter dem Buchstaben ›P‹ für Partnerin zeigt das Lexikon die hessische Denkmalpflege als wichtige Partnerin privater und staatlicher Eigentümer bei Klimaschutz und energetischer Modernisierung. Gemeinsam mit der Landes-

energieagentur hat das LfDH ein Ratgeberportal mit Tipps, Best-Practice-Beispielen und Informationen zu Beratungsangeboten, Fördermitteln und Ansprechpersonen erstellt. Ziel ist es, Bewährtes denkmalgerecht und klimafreundlich zu bewahren.²

Unter dem Buchstaben ›S‹ wie Steuer zeigt das Lexikon stellvertretend für eine Fülle ähnlicher Beispiele anhand des Projekts Hallenbad-Ost in Kassel die einzigartige Privilegierung von Kulturdenkmälern im Steuerrecht. In keinem anderen Bereich ist eine so hohe Abschreibung von Kosten möglich. Drei Kasseler Architekten ließen sich nicht vom verwahrlosten, baufälligen Lost Place ›Hallenbad-Ost‹ in Kassel abschrecken und kauften das Gebäude. Gemeinsam mit der Denkmalpflege schufen sie Raum für weitere Mieter, Events und Ausstellungen – auch im Rahmen der documenta. Als Investoren konnten sie bis zu 100 Prozent der Kosten der denkmalgerechten Sanierung absetzen. So etwas ist nur bei denkmalgeschützten Gebäuden möglich!

BÜHNE FREI FÜR DIE DENKMALFACHÄMTER

Das Magazin hat vorne einen Klapper mit einer knappen und nahbaren Darstellung der VDL. Auf dem Klapper der Rückseite präsentiert sich das jeweilige Denkmalfachamt in kurzen Texten mit seinen Schwerpunkten und Highlights. Das LfDH zeigt sich hier als Brücke zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Es bewahrt historische Werte und schafft zugleich neue Perspektiven für nachhaltige Entwicklungen. Neben Forschung und Beratung steht auch die Öffentlichkeitsarbeit im Fokus, mit der es Menschen für Kultur, Geschichte und nachhaltige Stadtentwicklung begeistern will. Zentral sind hier der Hessische Denkmalschutzpreis sowie Konzerte, die historische Räume und deren Akustik erlebbar machen.

Als Teil eines Netzwerks stärkt das Amt Identität, kulturellen Austausch und wirtschaftliche Impulse.

Der Klapper lädt ein, das reiche kulturelle Erbe Hessens neu zu entdecken. Das Magazin ist das Kernprodukt der Kampagne. Es wird an Politikerinnen und Politiker, an politische Referentinnen und Referenten, Partnerorganisationen sowie an das Partnernetzwerk der Denkmalpflege überreicht, bei Veranstaltungen präsentiert, kann auf der im Kampagnenlook neugestalteten VDL-Homepage bestellt werden. Die Magazinhalte werden in Form von Postern, Postkarten und Social Media ausgespielt. Der Kampagnenslogan **›Denkmalpflege. MehrWert als du denkst!‹** erscheint auf Aufklebern und in EmailsSignaturen im täglichen analogen und

digitalen Versand (**Abb. 6–8**). Und ein Kalender auf der Homepage bündelt alle Veranstaltungen der Denkmalfachämter und Partnerorganisationen zur **MehrWert-Kampagne**. In Hessen wird der Frühjahrsempfang am 24. April 2025 thematisch der Kampagne gewidmet.

PREVIEW AUF DER DENKMAL-MESSE

Augenzwinkernd und selbtkritisch zitierten große Plakate auf dem VDL-Stand der denkmal 2024 einige der provokanten Fragen aus dem ersten Workshop mit A + R (**Abb. 9**). Mit diesen Fragen regte die VDL einen Dialog über Sinn und Zweck des Bewahrens an und machte auf den Kampagnenstart 2025 aufmerksam. Die Fragen löst der Slogan **›Denkmalpflege. MehrWert als du denkst!‹** auf.

Damit erinnert die VDL an die Bedeutung der Denkmalpflege in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft. Für die Menschen und für unsere Gesellschaft. An die Errungenschaften, für die die Öffentlichkeit 1975 leidenschaftlich gekämpft hat. Diese Erfolge dürfen nicht in Vergessenheit geraten. Vielmehr müssen sie jetzt nach 50 Jahren wieder neu belebt und aktualisiert werden. Mit unseren aktuellen gesellschaftlichen Fragen. Damit sich das aktuelle Bild der Denkmalpflege als Verhinderin in das einer Problemlöserin verwandelt, die **MehrWert** für unsere Gesellschaft schafft.

1 Siehe die Unterseiten **›Denkmal Europa!‹** und **›Fokus Klimaschutz!‹** auf der VDL-Homepage: www.vdl-denkmalpflege.de **2** Siehe hierzu die gemeinsame Homepage der LEA LandesEnergieAgentur Hessen GmbH und des LfDH: www.denkmalschutz-und-modernisieren.de **3** Siehe die neugestaltete VDL-Homepage: www.vdl-denkmalpflege.de



Abb. 9:
Denkmal-Messe Leipzig
Präsentation der VDL auf der europäischen Leitmesse für Denkmalpflege mit provokanten Fragen und neuem Slogan. Damit startete sie einen Dialog über den **Mehrwert** der Denkmalpflege und machte auf das 2025 erscheinende Magazin **MehrWert** aufmerksam.
Foto: A. Tillmann, LfDH