

Bunt und billig

Ulm-Besucher erwarten Kitsch, die Stadt macht ein gutes Geschäft damit

Im Unterschied zu einem Kunstwerk, das verschieden interpretiert werden kann, bleibt Kitsch einfach Kitsch. „Kitsch ist bezahlbar, prägt sich gut ein und besticht durch seine Farben.“ Kerstin Hampel steht auf Kitsch, und insofern ist sie als Leiterin der Tourist-Information im Stadthaus am zentralen Münsterplatz an der richtigen Stelle. Denn neben Informationen und allerlei anderen angebotenen Dienstleistungen für Touristen und Stadtbesucher gibt es dort Kitsch zu kaufen. Nippes. Souvenirs. Ulmensien. Gut ein Viertel der gut 100 verschiedenen Artikel im Angebot haben mit dem Münster zu tun, dem Wahrzeichen der Stadt, das im Jahr des Turm-Jubiläums natürlich hoch im Kurs steht.

Wiewohl der Münsterturm als der höchste Kirchturm der Welt alles überragt und ein Alleinstellungsmerkmal par excellence ist, ist es nicht der am meisten nachgefragte Artikel. Der Spatz fliegt allen davon und ist den Touristen, die ein Andenken aus der Stadt mitnehmen wollen, ganz offenbar lieber in der Hand, als die sprichwörtliche Taube auf dem Dach. Alles, worauf ein Spatz abgebildet ist, ist der Renner. Das kleine gefiederte Tierchen, das mit dem Strohhalm quer im Schnabel hoch oben auf dem Münsterdach thront, verweist das Münster selbst und auch Ulms wohl bekanntesten Sohn, Albert Einstein, auf die Plätze. „Das sind nicht nur Staubfänger. Das sind Sachen, die sich einfach gut einprägen“, weiß Hampel zu berichten.

Wie schwierig der Umgang mit Kitsch ist, belegt allein der Umstand, dass das Wort in viele Sprachen nicht übersetzt werden kann und einfach übernommen wird. Kitsch mag man, oder man hält ihn für überflüssig. Wer ihn sich ins Regal oder auf die Fensterbank stellen will, bekommt denn auch eine große Auswahl geboten. Und zwar im Stadthaus, im Münster-Shop selber oder auch in verschiedenen Ulmer Geschäften, die kleinere oder größere Ecken eingerichtet haben, um ihre Artikel anzubieten.

Etwas ganz besonderes hat sich derweil Eugen Heilbronner einfallen lassen. Als Nachkomme einer alten Ulmer Familie, die heute durch das gleichnamige Fischgeschäft bekannt ist, fühlt er sich in der Pflicht. Passend zum als Souvenir angebotenen Ulmer „Münstertröpfle“ ist die postalische Anschrift von Heilbronners Münsterlädele die Rebengasse, in der es aber weder Fisch noch Wein gibt. Senior Eugen, der vor wenigen Tagen seinen 60. Geburtstag gefeiert hat, hat sich aus dem Geschäft zurückgezogen und widmet sich ganz „meinem Münster“, wie er sagt.

Heilbronner ist besetzt von der Kirche, die katholisch begonnen und evangelisch beendet wurde: „Alles Geld, das ich übrig habe, gebe ich meinem Münster.“ Dort wurde er getauft, konfir-

miert, hat im Posaunenchor gespielt und im Jugendchor gesungen, war im Motettenchor aktiv und hat an der Orgel geholfen. „Mein Herz hängt am Münster“, sagt er im Überschwang. Freilich darf er in seinem Lädlele neben dem Fischgeschäft nichts verkaufen. Aber alles, was er an Spenden einnimmt, geht direkt in die Sanierung des Münsters.

Ein ganz so uneigennütziges Vorgehen kann sich Kerstin Hampel derweil nicht leisten. Vieles was im Stadthaus gekauft wird, sind spezielle Anfertigungen. Etwa ein Drittel allen Kitsches sind Eigenproduktionen. Ideen, die sie und ihre Mitarbeiter haben und die eine Grafikerin aus der Region umsetzt, wie beispielsweise die Tassen, die „wahn-sinnig gut laufen“. Ist die Idee ausge-reift, geben sie die Pläne in die Produktion.

Aber auch Handwerker und Privatpersonen in der Region liefern bei, wie etwa die Keramikspatzen oder Filzarbeiten. Andere Impulse holt sich Hampel auf Trendmessen, die sie zweimal im Jahr besucht, andere Gegenstände wie Münstermodelle aus Zink (29,95 Euro) oder aus Kunststoff (7,90 Euro) werden im

Fernen Osten hergestellt. Selbst von den teuren Modellen verkauft sie hunderte Exemplare jedes Jahr.

Hampels persönliche Favoriten sind Magnete für 4 Euro, die sie auch privat aus aller Herren Ländern zu Hause am eigenen Herd kleben hat, oder die Pop-Art-Tassen für 12,90 Euro. Wer selbst auf Reisen nicht auf sein geliebtes Ulmer Münster verzichten mag, kann es bis auf Streichholzschachtelgröße zusammenfalten, ins Handgepäck nehmen und an jedem Ort der Welt wieder zusammenstecken. Ein „Münster to go“ für 6,90 Euro das Stück. Nur der Rückbau wird etwas schwierig.

Von diesen kleinen Unwägbarkeiten abgesehen, ist mit dem Kitsch ordentlich Geld verdient. Die Besucherzahlen in dem Stadthaus-Shop sind hoch, im Dezember wurden dort 11 500 Gäste gezählt, im vergangenen August waren es 18 000. Wenn jeder eine Kleinigkeit einkauft, kommt eine ganz schöne Summe zusammen. Wolfgang Diete- rich, Direktor der Ulm/Neu-Ulmer Touristik-GmbH, benennt

die Summe mit einem jährlich niedrigen sechsstelligen Umsatz, der sich stets zwischen 100 000 und 150 000 Euro bewegt.

Ganz so viel ist es im Shop des Ulmer Münsters nicht, für den Pfarrerin Tabea Frey zuständig ist. Aber auch sie ist dem Kitsch durchaus zugetan, verschafft er der Kirchengemeinde doch einen „ganz wichtigen Beitrag“, der nach Abzug der Kosten vollständig in die Münstersanierung fließt. Dabei ist ihr schon wichtig, dass der Verkaufsraum nicht im Kirchenraum selber liegt, sondern an der Pforte in einem Vorraum. Viele Gäste würden danach fragen und im Münster teilweise auch hochwertige Artikel bekommen. Beispielsweise von Innenaufnahmen aus dem Münster, dies es nur im Münster gebe. Oder auch hochwertige Drucke, die schön aufgezogen sind, gibt es dort zu kaufen. Und natürlich auch allerhand Krimskrams wie beispielsweise das Münster in der Schneekugel – dem Klassiker, dem größten Kitsch schlechthin. HANS-ULI MAYER



Das Münster von Norden und Süden, bei Tag und bei Nacht, mit und ohne Mond – die Postkartenständer bieten eine reiche Auswahl verschiedener Motive.

Spazieren Sie mit uns durchs Münster – in unserem neuen Multimedia-Projekt mit vielen Videos, Panorama-Bildern und nicht gekannten Einblicken swp.de/münsterturm



Ein Klassiker unter den Kitsch-Souvenirs: Bunt und einprägsam ist die Schneekugel mit dem Ulmer Münster, ein auch farblich herrliches Souvenir von einem Ulm-Besuch, das in jedes Bücherregal, auf jeden Schreibtisch oder in jedes Geschenkpaket passt. Fotos: Volkmar Könneke

Ob zum Frühstück, für mittendurch oder zum Abendessen – die Vesperteller sind vielseitig verwendbar, verschieden groß und in ganz unterschiedlicher Gestaltung. Zum Turmjubiläum empfehlen wir natürlich das Vesperteller mit dem Münster vorne drauf für 8,95 Euro.



Stadtbesichtigungen machen durstig. Im Shop im Stadthaus gibt es deshalb auch ein Ulmer „Münstertröpfle“ zu kaufen. Rot- und Weißwein zu 6,90 Euro die Flasche. Die Trauben wachsen leider nicht an der Südseite des Ulmer Münsters. Sowohl der Trollinger als auch der Riesling kommen aus Clebronn – und somit immer noch ganz aus der Nähe.



Die Münstertassen gehen immer. Ob Bierkrüge, Kaffee- oder Teetassen, ob mit Einstein oder dem Münster als Symbol, stehen hoch im Kurs bei den Touristen, die sich zu Hause am Frühstückstisch an die schönen Tage in Ulm erinnern wollen. Tassen kosten ab 8,50 Euro, Krüge 12 Euro.

