Die Lichtentaler Allee ist nicht nur eine Allee oder Chaussee, Promenade oder schlichte Verbindungsstraße von Ost nach West. Sie ist – zusammen mit der Oos – die Lebenslinie von Baden-Baden.

Das innere Auge muss scharfsinniger sein als der flüchtige Blick

DIE LICHTENTALER ALLEE: MYTHOS UND MARKENZEICHEN

VON **DR. KLAUS FISCHER**

Der heimliche Hauptdarsteller in Iwan Turgenjews Roman „Rauch“ ist die Lichtentaler Allee. Die eigentliche Story beginnt nämlich, als Grigori Michailowitsch Litwinow „den Weg nach Lichtental einschlug“ und „noch war er nicht in die Allee eingebogen ... in der Ferne Irina gewahrte“. Auch bei Otto Flake, in seinen Essays und seinem Roman „Hortense oder die Rückkehr nach Baden-Baden“, spielt die Allee eine Hauptrolle, „der klassische, durch Überlieferung genormte Spaziergang entlang der Oos ... Mit dem Cul de Paris kann man nicht in die Berge gehen ... aber immerhin bis zum Alleehaus oder sogar bis Lichtental, auf dem schönsten Stück Talsohle der Welt, und mich befriedigt es im tiefsten, dass die Frauen es nicht eilig haben, sondern sich Zeit nehmen und wandeln“. Schöne Orte wollen von Malern und Schriftstellern entdeckt und besungen werden. Sie sind die ehrbarsten Zeugen der Alleekultur; sie sind wie Pionierpflanzen, die eigentliche Entwicklung geht von ihnen aus. Es ist kein Zufall, dass die Maler Carl Ludwig Frommel, Carl Philipp Fohr, Eugène Delacroix und Gustave Courbet das Oostal skizzierten, aquarellisierten und romantisch überhöhten; eher schon, dass Wilhelm Trübner und Max Beckmann in Baden-Baden expressive Allee- (und Tanz-)szenen geschaffen haben. Aber dass Hermann Hesse seine Kurgast- und Turgenjew seine Rauch-Novelle in Baden-Baden ansiedelt, zeigt die suggestive Kraft, die der Künstler der Örtlichkeit beimisst. Wenn Iwan Turgenjew an Gustave Flaubert schreibt „Ja, kommen Sie nach Baden (-Baden), wenn auch nur für einige Tage! Sie werden köstliche Farben für Ihre Palette mit heim nehmen“, so ist dies nicht nur ein Appell an die Maler und Schriftsteller, sondern an alle Welt, der offenbar verstanden wurde. Es ziert schon die Kurstadt, wenn nicht nur die Büsten von Johannes Brahms und Clara Schumann in der Allee Platz genommen haben, sondern auch die Baden-Badener Gäste Berlioz – Liszt – Wagner als Dreigestirn in die Musikgeschichte eingegangen sind. Die Lichtentaler Allee ist mit Gunst- und Kunstbezeichnungen überhäuft worden: Berühmteste Baumstraße der Welt, Allee der Könige, Korso der Kurtisanen. Schönstes Stück Talsohle der Welt. Was dabei ist Mythos, was Marketing?

Die Lichtentaler Allee hat viele Bauherren

Die Geschichte der Allee beginnt mit einem schmalen Fußweg zur Klosterkirche. Die Kaiserallee und eine Eichenpflanzung sind ein erstes Teilstück; die vierreihige Kastanienallee an den Kolonnaden mag man dazu rechnen. Abschnittsweise erweitert, zur Allee ergänzt und eigentlich erst nach dem großen Hochwasser von 1825 systematisch verbreitert und als Landschafts- und Architekturraum begriffen. Die wasserwirtschaftlichen und baugestalterischen Grundlagen haben zwei Karlsruher Baumeister gelegt, deren Namen uns heute noch tagtäglich begegnen: der Rheinbegradiger Johann Gottfried Tulla und der „badische Schinkel“ Friedrich Weinbrenner. Dazu kamen die Leistungen der Hofgärtner Hartweg und Klee, Friedrich Ludwig von Sckell und Johann Michael Zeyher. Aber erst die glückliche Verbindung von großherzoglichen Visionen und dem gesunden Geschäftsinteresse des Spielbankpächters Bénazet führten zu dem, was die Allee heute ausmacht. Wenn man so will, die Lichtentaler Allee hat viele Bauherren: Klosterfrauen, große Hochwässer, den Badischen Hof, Gartenarchitekten von Ruf und die Spielbank, jedenfalls solange sie Überschüsse einsetzen konnte.

Die Lichtentaler Allee ist nicht nur eine Allee oder Chaussee, Promenade oder schlichte Verbindungsstraße von Ost nach West. Sie ist – zusammen mit der Oos – die Lebenslinie von Baden-Baden. Hier lässt sich die Geschichte der Stadt ablesen. Es gibt Bereiche in denen die Architektur- oder Naturkulisse überwiegt, die Jugendstilwelt oder der Landschaftsgarten; es gibt von Ost nach West den Linden-, Eichen-, Tulplenbaum- und Kastanienabschnitt. Es gibt aber auch ganz unterschiedliche Bereiche der Fortbewegungsarten in der Allee. Das beginnt, auf der Höhe von Kurhaus und Theater, mit den Wochenendausflüglern und Sonntagspromenierern. Da ist es leicht überfüllt. Beruhigender der Teilbereich der Alltagsbummelanten; rüstige Rentner, Frauen mit Kinderwagen, verklärte Zeitungsleser. Dann gibt es noch den Sektor des Spaziergängers, des schlichten, gleichwohl aufmerksamen Alleegängers. Und ganz im Osten nehmen die Jogger und Skater, neuerdings die Nordic Walker, die Pferde-, vor allem aber die Hundefreunde zu. Letzteres führt leicht zu Kollisionen. Die Lichtentaler Allee war von der Erholung von Geist und Köprer gewidmet; keine Stadtpromenade wie der Kurfürstendamm in Berlin oder die Königsallee in Düsseldorf. Die Lichtentaler Allee lebt nicht nur von einer Schauseite, wie der Philosophenweg in Heidelberg oder die Brühl'sche Terrasse in Dresden; sie umgreift den gesamten Talraum, nutzt die weiten Ausblicke auf Battert und Merkur, die wechselnden Perspektiven im Kleinen auf die Villen und ihre rückwärtigen Vorgärten wie beim Palais Biron oder der Villa Schriever.

Der Mythos des „Lustwandelns höherer Art“

Die Allee spielt mit der Architektur- und Landschaftskulisse. Sie ist eine gewachsene Flaniermeile, nicht durchgängig geplant und einheitlich gestaltet wie etwa die Wilhelmstraße in Wiesbaden. Und dennoch oder vielleicht gerade deshalb ist sie zum Markenzeichen ihrer Stadt geworden.

„Die Lichtentaler Allee im Wandel der Zeit“

AUSSTELLUNG IM ALLEEHAUS

Die Eröffnung eines weiteren Stockwerks des Stadtmuseums im Alleehaus der Lichtentaler Allee zu widmen, lag nahe. Die 350-Jahrfeier mag ein willkommener Anlass sein, überfällig war eine zusammenfassende, nicht nur vordergründig-augenfällige Alleeausstellung seit langem. Spielt doch die Allee im Stadtbild eine wichtige Rolle: als Verkehrsachse, die keine sein will und als Promendadenbereich, den es sorgsam zu pflegen gilt. Sie ist städtebaulich von hohem Rang und stadtpolitisch von nicht zu unterschätzender Symbolkraft. Die Ausstellung würdigt das kulturelle Erbe in Wort und Bild, mit Akten und Anekdoten, mit topographischen Karten und einer Postkartensammlung. Ein Kaleidoskop von Exponaten, Graphiken, Lithographien, Ölgemälden sowie einer umfänglichen Zitatensammlung – Zeitzeugen allesamt. Sehenswert und überaus anschaulich ersetzt die Ausstellung freilich nicht den gelassen-aufmerksamen Spaziergang durch die Allee: den überschwenglichen optischen Eindruck, Licht und Schatten, den Rhythmus im Wechsel der Jahreszeiten, die Blickbeziehungen, Raumfolgen, Dominanten, die Architektur- und Naturkulisse in ihren gewaltigen Dimensionen. Aber dafür befindet sich das Alleehaus mit seinem neuen Stadtmuseum in der glücklichen Mitte, so dass sich das eine mit dem anderen verbinden lässt.
Die Ausstellung ist noch bis 15. Januar 2006 geöffnet.

Mythos, der erlebbar gemacht werden muss, der aus Ereignissen erwächst, wie dem Attentat auf den Deutschen König und späteren Kaiser, oder aus Symbolen, wie dem „arbre russe“. Oder schlichtweg aus der Fantasie, wenn man das Alleebild mit Königen und Kurtisanen, mit Mäzenen und Mätressen bereichern kann. Zugegeben: auch die Faktenlage ist nicht ohne Bedeutung. Wo regierte schon ein Großherzog, der als Schwiegervater Kaiser Napoleon und als Schwager Zar Alexander „zu Diensten“ hatte? Wo gab es eine Sommerhauptstadt, getragen von einer Art Doppelmonarchie, der Kaiserin Augusta, die der Stadt ihre Gunst schenkte und dem Spielbankpächter Bénazet, der Baden-Baden mit Geld und Gold weiterhalf?

Die Lichtentaler Allee hat das, was man einen wahrhaften Charakter nennen könnte, Erscheinungsbild und Image fallen nicht auseinander. In der Allee trügt nicht einmal der Schein. Hier sieht und trifft man nicht nur das, was ist, sondern auch das, von dem man meint, das es sein könnte. Bislang ist die Allee der Gefahr entgangen, dass der Schein die Inhalte allzu sehr überspielt. Aber ihre Attraktivität wirkt wie ein Magnet, – auch Fehlnutzungen werden unwiderstehlich angezogen. Hier ein kleiner Anbau, dort ein wenig Werbung, ein bisschen Autofahren oder Parken. Die größte Gefahr stellt die schleichende Entwertung dar, der Bazillus der Kurzsichtigkeit und Vergesslichkeit. Ein Bau- und Kulturdenkmal will Tag für Tag gegen die vielfältigsten Eingriffe geschützt werden. Das Wort „denk-mal“ gilt es wörtlich zu nehmen. Die Allee ist wie ein „geheiligtes Gebiet, ein Kurschutzpark“, schrieb Otto Flake schon 1936, „ihre Gestalt steht fest, da braucht nichts mehr geändert, nur betreut und gehütet zu werden“. Dies freilich muss man tun.

Der Schritt vom Mythos zum Markenzeichen, von verklärender Vergangenheit zum werbewirksamen Event ist oft recht vordergründig: Doch wer kennt sie nicht, den Jungfernstieg oder die Straße Unter den Linden, denkt nicht bei Paris an die Champs-Elyseès und bei Nizza an die Promenade des Anglais? In Menton ist die Promenade du Soleil Spazierweg und Kaffeehaus zugleich. Da sollte man die Marketingmanager nicht schelten, wenn sie wichtigtuerisch von Alleinstellungsmerkmalen für ihre Stadt sprechen und den Bürgermeister loben, der mit seiner Flaniermeile das Besondere und Einzigartige herausstellt. Die Boulevards und Alleen sind freilich mehr: die Stadtväter haben in vielen Fällen und sehr zu Recht die Schönheit und den menschlichen Maßstab wieder entdeckt. Großstädtische Boulevards, dem Müßiggänger gewidmete Promenaden, Allen von Architektur und Landschaft in gleicher Weise getragen sind zu unverkennbaren Merkmalen, ja Wahrzeichen und Zeitzeugen geworden.

Baden-Baden: der „Grüne Salon“

Der Schriftsteller Horst Krüger hat in seiner Festschrift zum hundertjährigen Geburtstag den Berliner Kurfürstendamm zum „Boulevard des Weltgeistes“ erhoben und Baden-Baden in seiner Reiseprosa zum „Grünen Salon“ geadelt. Beides ist klug beobachtet und treffend formuliert. In der Prägnanz des Wortes muss die Örtlichkeit ins Rampenlicht treten. So wie Heinrich Heine der Straße Unter den Linden ein ewiges Denkmal gesetzt hat mit den Versen: „Blamier' mich nicht, mein schönes Kind, / Und grüß mich nicht unter den Linden; / Wenn wir nachher zu Hause sind, / Wird sich schon alles finden“. „Image Making“ gab es damals noch nicht. Der Berliner wusste einfach, was ihm „Unter den Linden“ blühte, da bedurfte es keiner Marketing-Kampagnen und großer Worte. Der Volksmund dichtete einfach weiter: „Unter den Akazien / Wandeln gern die Grazien / Und der Mädchen schönste finden / Kannst du immer unten Linden.“ So einfach war das damals ein Markenzeichen zu kreieren. „Branding“ nennt man das heute, Markenidentifikation schaffen, – ein Begriff, der ursprünglich aus der Viehzucht stammt. Die Straße Unter den Linden hat niemand den Berlinern in die Seele brennen müssen; sie war einfach da und hatte ihre überragende Bedeutung.

Wiesbaden beispielsweise schmückt sich mit der Ehrenbezeichung „Weltkurstadt“ und wenn die Dresdener ihre zu Recht so berühmte Brühl'sche Terrasse als „Balkon Europas“ apostrophieren, so ist dies kaum zu hoch gegriffen und durchaus im Sinne eines unverwechselbaren Markenzeichens gemeint. In Baden-Baden ist man bescheidener. „Die Allee genügt sich selbst“, hat der Journalist und Schriftsteller Klaus Fischer übereifrigen Stadtdesignern ins Stammbuch geschrieben. Das müsste beinahe ausreichen, denn mit ihrer Trinität von Landschaftsraum, Architekturraum und Erlebnisraum ist die Allee allenthalben konkurrenzfähig. Von unbestritten hohem Rang in der Kunst- und Kulturszene, von Symbolwert im kommunalen Wettbewerb.

So ist die Lichtentaler Allee durchaus zu einem Wahrzeichen der Stadt Baden-Baden geworden. Ein Landschafts- und Architekturraum mit unvergleichlicher und unvergesslicher Gestaltqualität, aber auch ein Symbol für geschäftigen Müßiggang und gelebte Vergangenheit, eine Metapher für Rentnerrefugium, Oosgeplätscher, Krokus- und Dahlienwettbewerb im Wettstreit der Jahreszeiten. Die Allee, ein lebendes Museum, in dem die Besucher ihre eigenen Darsteller sind. Eher der Überzeugungskraft des Mythos vertrauend als aufdringlichen Marketingbemühungen. Noch gilt in Baden-Baden William Shakespeare: „Schönheit wird nur vom Kennerblick gekauft, nicht angebracht durch des Verkäufers Prahlen“.

Dieser Spannungsbogen zwischen der realen Welt und der gefühlten Wirklichkeit, zwischen Entstehungsgeschichte und Erscheinungsbild ist das eigentliche Geheimnis der Allee. Es ist dieser