

Markt und der Papst. Beobachtungen und Überlegungen zum Verhältnis von Starkult, Wirtschaften und Religion

KATRIN ADLER

Als am 19. April 2005 der deutsche Kardinal Joseph Ratzinger zum Papst gewählt wurde, waren nicht nur „wir“ plötzlich Papst,¹ sondern vor allem auch ein kleines Dorf im östlichen Oberbayern: Markt am Inn, der Geburtsort Benedikt XVI. Zwar hatte der kleine Joseph nur die ersten zwei Jahre seines Lebens in dem Ort verbracht, der symbolische Wert der Geburt übertrifft aber offenbar jeden anderen Wert von Erziehung, Studium, oder Karriere. Markt fand sich dem Interesse der großen weiten Welt ausgesetzt und musste reagieren. Der findige und schnelle Bäcker vor Ort kreierte am nächsten Tag „Papstmützen“ als Kaffeegebäck, die Konkurrenz reagierte mit „Benedikt-Schnitten“, die ersten Japaner erschienen in der Woche nach der Papstwahl, und seitdem reißt der Strom der Reisebusse aus Deutschland und Europa nicht ab.

Die unzähligen fast schon komisch anmutenden Episoden zum Umgang des Ortes mit seiner Berühmtheit sowie seine Bemühungen, ein passendes Verhältnis zu „seinem“ Papst zu finden, verweisen darauf, dass die für den Workshop postulierte Verflechtung von Religion und Ökonomie in manchen Fällen anscheinend unvermeidlich ist: Ein Ort, der für religiöse Belange im weitesten Sinne interessant wird, muss sich zwangsläufig mit Fragen der Ökonomie auseinandersetzen.

In meinem Beitrag, der dem Interessensgebiet der Volkskunde entspringt, möchte ich grob die verschiedenen Strömungen skizzieren, welche in dem Phänomen „Markt“ zusammenlaufen, ohne dass eine einzelne dieser Strömungen als Erklärung für dieses Phänomen ausreichend wäre. Wir finden hier typische Elemente der katholischen Wallfahrt - allein schon wegen des religiösen Hintergrundes - sowie des modernen Tourismus (einschließlich des beiden Reisearten eigenen Andenken- und Devotionalien-

handels), aber auch des Starkultes, eine Verehrungsform des 20. Jahrhunderts, die offenbar aus der früheren Helden- und Heiligenverehrung hervorgegangen ist - dies alles im Rahmen der modernen Transportmöglichkeiten und nicht zuletzt unter dem Einfluss der Massenmedien. Anhand der wichtigsten allgemeinen Charakteristika der *grands hommes* einerseits, der Wallfahrt andererseits sowie deren jeweilige konkrete Ausformungen am Beispiel Markt soll deutlich werden, dass der „Papst-Hype“ um Markt in die heute vielfach zu beobachtenden Formen des Starkultes einzuordnen ist. Dabei greift man bei der Gestaltung dieser speziellen Star-Verehrung auf Elemente der Wallfahrt und anderer von der katholischen Kirche tolerierten Formen der Verehrung Heiliger zurück und schafft so Räume und Objekte, die aufgrund ihres sakralen Charakters zwischen spiritueller und kommerzieller Ausbeute stehen.

Vor den eigentlichen Überlegungen zum Thema noch einige Informationen zur Gemeinde Markt: Der Markt Markt am Inn, im Landkreis Altötting gelegen und gerade noch zum Regierungsbezirk Oberbayern gehörig, wurde im 13. Jahrhundert als Hofmark der Grafen von Leonberg gegründet und 1422 vom bayerischen Herzog Heinrich VI. zum Markt erhoben. Markt lebte lange Zeit in erster Linie von der Flussfischerei und verschiedenen Handwerken, profitierte aber auch vom Salzhandel via Inn und Salzach. Bevor Joseph Alois Ratzinger in der katholischen Kirche Karriere machte, galt als der berühmteste Sohn des Ortes der 1779 geborene Georg Lankensperger, der Erfinder der Achsschenkellenkung, die heute noch im Automobilbau Verwendung findet.

Heute hat Markt etwa 2700 Einwohner, wobei die eingemeindeten Orte in der Umgegend mitgerechnet werden. Der Großteil seiner Bewohner ist in den nahe gelegenen Chemiewerken in Gendorf und Burghausen tätig. Auf Tourismus ist die Gemeinde bislang am allerwenigsten eingestellt gewesen,

¹ Titelseite der BILD-Zeitung am 20.04.2005: „Wir sind Papst!“

wenngleich das benachbarte Altötting seit dem 15. Jahrhundert als der bedeutendste Marienwallfahrtsort Bayerns jedes Jahr große Scharen an Pilgern anzieht. Wegen seiner plötzlichen deutschlandweiten Bekanntheit nach der Papstwahl erhielt Markt den Spitznamen „Media-Markt“.

1. Tourismus und Starkult

Markt muss sich nicht nur dem Berühmtsein, sondern vor allem dem Tourismus stellen, ohne dafür ausgerüstet zu sein, ohne diesen eigentlich auch gesucht zu haben. Und Tourismus bedeutet insofern Massentourismus, als die Besucher busweise kommen – wobei für die Reisebusse geeignete Parkplätze fehlen sowie überhaupt Strukturen, um Touristen zu empfangen. Zwar meinte eine junge Dorfbewohnerin, dass nun wenigstens das einzige Café am Ort wieder geöffnet habe und sich hoffentlich auch halten könne, insgesamt aber hält sich das gastronomische Angebot in Grenzen. Markt hat mit einem erhöhten Verkehrsaufgebot zu kämpfen, profitiert aber wirtschaftlich nur in geringem Maße von der Anwesenheit der Besucher.² In seiner Not hatte sich Bürgermeister Gschwendtner an die bayerische Staatsregierung um Hilfe gewandt. Diese gab einem im Nachbarkreis angesiedelten Architekturbüro den Auftrag, einen Strukturplan für Markt zu entwickeln. Dessen anfänglicher Enthusiasmus über den prominenten Auftrag wich einer baldigen Ernüchterung: Wegen topographischer und städtebaulicher Gegebenheiten sowie der finanziellen Lage des Ortes sind grundlegende und wirklich angepasste Veränderungen kaum möglich.³ Man überlegt nun, stärker mit den Nachbargemeinden Altötting und Burghausen zu kooperieren. Erstere ist seit dem 15. Jahrhundert einer der bedeutendsten Marienwallfahrtsorte Bayerns und verfügt seit dieser Zeit über Erfahrung und Strukturen zur Aufnahme von Pilgern, die ebenfalls nur einen, höchstens zwei Tage im Ort verweilen. Burghausen zieht dank seiner pittoresken Altstadt und Burganlage Tagesausflügler aus den oberbayerischen Fremdenverkehrsgebieten an sowie Kulturhungrige und Vergnügungssüchtige zu der all-

jährlich stattfindenden Jazzwoche und dem Historischen Fest. Ob das kulturelle und historische Angebot Markt letztlich ausreichen wird, um Jazzliebhaber und Mittelalterfans anzulocken, darf bezweifelt werden. Im Moment scheinen einerseits religiöse Beweggründe, andererseits Neugier auf das persönliche Umfeld einer berühmten Persönlichkeit zu einem Besuch in Markt zu motivieren. Wallfahrt und Starkult gehen hier eine Symbiose ein – ein Phänomen, das auch in anderen Orten zu beobachten ist, wie beispielsweise in Weimar:

Burghard Damerau (2002) betrachtet in seinem Aufsatz den Bildungstourismus nach Weimar seit Goethes Zeiten unter dem aktuellen Aspekt des Starkultes: Schon Goethe selbst habe sich zu einer Figur stilisiert, der man sich nur mehr in Adoration nähern konnte, die in göttliche Höhen gerückt war und die in ihren Verehrern „Kontemplation, Exaltation, Identifikation, Projektion und Kompensation“ (Damerau 2002: 276) auslöste – während bereits zeitgenössische Autoren den finanziellen Aspekt dabei kritisierten. Schon damals waren Quartiere überteuert; heute bekommt man in den Cafés Eisbecher serviert, die den Namen Charlottes von Stein tragen, dazu Souvenirs von Basecaps bis zu Servietten, mit Goethe-Abbildern und Goethe-Zitaten versehen (Damerau 2002: 276, 292). 1827 stellt der Historiker Alexander Turgenjew fest: „Seine Wohnung wird wie ein Heiligtum gezeigt.“ (zitiert in Damerau 2002: 279). Massenweise Besucherscharen, Reduktion einer komplexen Persönlichkeit auf wenige postulierte Eigenschaften bei gleichzeitiger quasi-religiöser Erhöhung dieser Person, Wechselspiel von Nähe und Ferne, Kommerzialisierung der Bedürfnisse der Besucher durch Souvenirs, Aufsuchen von Stätten, die mit der verehrten Person in engem Zusammenhang stehen und die für diesen Zweck eigens umgestaltet und inszeniert werden – all das sind für Damerau „Mechanismen, die für einen regelrechten Starkult charakteristisch sind“ (Damerau 2002: 275). Wir werden sehen, dass dies auch für Markt und seine Besucher gilt.

Hansen (1986) zieht Parallelen zwischen Kult im eigentlichen Sinne (der äußeren Form der Verehrung des Heiligen) und modernen Formen des Kults, der Verehrung bestimmter Persönlichkeiten: Der Star entspräche demnach der angebeteten Gottheit, die Reise zum Konzert oder später zur letzten Ruhestätte entspräche der Wallfahrt, das Grab oder der frühe-

2 Ein Jahr nach der Papstwahl gibt es aber immerhin 15 neue Arbeitsplätze im Dienstleistungsbereich, s. Burghauser Anzeiger vom 02.04.2006.

3 mdl. Mitteilung M. Leidl.

re Wohnsitz der Kultstätte. Hansens Thesen mögen zugespitzt und fast zu platt sein – die Götter und Helden von einst scheinen sich tatsächlich mit den Heroen von heute zu mischen oder von ihnen sogar ersetzt zu werden. *Le mythe du grand homme* ist vor allem ein Phänomen des 19. und 20. Jahrhunderts. Personen, die ihre Zeit überlebten, zu einer Art Mythos wurden, ins kollektive Gedächtnis eingetreten sind und zur Identitätsbestimmung einer (nationalen, religiösen, sozialen) Gruppe beitragen, werden zu so genannten Kultfiguren (Minois 2005: 9ff). Dabei kann der *grand homme* durchaus polarisieren: Es liegt in seiner Natur als Übervater, sowohl Vor- als auch Feindbild zu sein. Minois stellt fest, dass es « *fermeté dans les idées, puissance de la volonté, résolution dans les actes, [...] la confiance en soi du personnage, sa divine conviction d'avoir toujours raison* » sind (Minois 2005 : 482), die den *grand homme* als Vaterfigur kennzeichnen und so gleichzeitig zur Verehrung als auch zur völligen Ablehnung führen können, getreu Freuds These des Verhältnisses des Menschen zu seinem Vater.⁴ In diesem Sinne ist der Papst (der Heilige Vater) die Vaterfigur schlechthin, die noch dazu nationale, sprachliche, soziale Barrieren überwindet und als einzige Bedingung die Bekenntnis zum Katholizismus fordert (in diesem Bekenntnis allerdings strikten Gehorsam erwartet). Nach Minois sind es gerade diejenigen Ideologien und Religionen, welche sich den Egalitarismus auf die Fahnen geschrieben haben, die extreme Personenkulte entwickelt haben – so beispielsweise die „päpstliche Idolatrie“ des Katholizismus (Minois 2005: 11).

Der *grand homme* kann nicht alleine bleiben, er braucht für seinen Erfolg Jünger, er muss die Massen bewegen, er muss populär werden (Minois 2005: 485). Hierbei können sich moderne Übermenschen moderner Kommunikationsmittel bedienen: Presse, Radio, Fernsehen, Internet sorgen dafür, dass man dem *grand homme* bei jeder seiner Bewegungen folgen kann, dass seine Botschaften sofort von allen gehört werden können, dass er selbst jedermann vertraut werden kann. Die Verehrung eines gemeinsamen Idols schafft Gemeinschaft, die global sein kann (Schoug 1997: 106). Dass also der verstorbene Papst Johannes Paul II. eine derartige weltumspannende

4 vgl. auch Schoug 1997: 108, 115: Charisma und Glaubwürdigkeit als wesentliche Eigenschaften eines Helden.

Verehrung genossen hat, lag wohl daran, dass er klare, wenn auch umstrittene Positionen bezogen hat, dass ihm als Papst ein großer Vorschuss an moralischer Glaubwürdigkeit zugestanden wurde, und dass er sich – als vormals begeisterter Laienschauspieler mit Begabung für medienwirksame Inszenierungen - dank der Massenmedien in das Bewusstsein so gut wie aller Menschen, nicht nur der Katholiken, bringen konnte.

Benedikt XVI. hat offenbar viel von der Popularität Johannes Paul II. geerbt.⁵ Anders ist die anhaltende Begeisterung für alles Päpstliche schwer zu erklären, stand doch der Kardinal Joseph Ratzinger in dem Ruf, ein brillanter Theologe, aber unerbittlich konservativ in allen Glaubensfragen zu sein. In Deutschland scheint seit der Papstwahl zudem der Nationalstolz erweckt worden zu sein („Wir sind Papst!“), während die Marktler selbst sich seitdem mit der großen Welt verbunden fühlen und es zunehmend auch tatsächlich werden: Vor kurzem ist der Ort eine Städtepartnerschaft mit Wadowice, dem Geburtsort Karol Woitylas, eingegangen; einer der ehrenamtlichen Fremdenführer Marktls träumt von völkerverständigenden Konzerten über die Grenzen zu Polen und Tschechien hinweg.⁶

Helden, Übermenschen, Kultfiguren, Heilige müssen heute neben aller Größe auch eine menschliche Seite haben und diese zeigen. Man will sich mit ihnen identifizieren können, jedenfalls bis zu einem gewissen Maße (Schoug 1997). Schon der Sohn Gottes der Christen wurde Mensch – im 20. Jahrhundert ist es sein Stellvertreter geblieben, auch für die große Öffentlichkeit, die über seine Reisen informiert wird, die in der Presse Fotos von ihm beim Skiurlaub bewundern kann, die mit ihm leidet und schließlich gewissermaßen an seiner Beerdigung teilnimmt.⁷ Dass der aktuelle Papst seine Kindheit in dörflicher und kleinstädtischer Umgebung in Oberbayern verbracht hat, dass sein Geburtshaus steht und (zumindest von außen) besichtigt werden kann, macht ihn umso attraktiver für jedermann. Dies ist durchaus

5 welcher den Spitznamen „Pope Star“ verliehen bekam; vgl. Minois 2005 : 507.

6 mdl. Mitteilung K. Mühlthalers.

7 Nicht einmal seine allerintimsten Bedürfnisse kann der Papst heute verrichten, ohne dass am nächsten Tag davon in der Zeitung berichtet wird (Burghauser Anzeiger Nr. 210 vom 12.09.2006, S. 4).

bezeichnend für die heutige Zeit, in der selbst Heilige und religiöse Führer gewöhnliche Züge erhalten, Sängern wie Elvis Presley oder Jim Morrison dagegen fast schon religiöse Verehrung entgegengebracht wird und man zu ihren ehemaligen Wohnstätten und ihren Grabmalen pilgert.⁸

2. Wallfahrt

Die Wallfahrt stellt möglicherweise die früheste Form des Reisens in der christlichen Welt dar, zumindest eine sehr frühe Form des Massentourismus und der Tourismusindustrie. Reisen versetzt einen außerhalb des Alltagsraumes und der Alltagszeit; wallfahren verleiht einem einen Anstrich von Heiligkeit, denn Sinn und Zweck dieser Reise ist ein höherer. Eine Wallfahrt ist eine sakrale Zeitspanne, der Wallfahrtsort ein sakraler Raum. Dabei versteht man unter Wallfahrtsorten alle „Kultstätten, deren Kultobjekte über einen längeren Zeitraum hinweg von Betern nicht nur aus der allernächsten Umgebung aufgesucht werden“ (Höllhuber/Kaul 1987: 41). Das Kultobjekt ist in der Regel ein Gnadenbild (es kann auch eine Heilquelle oder ähnliches sein), von dem man sich mittels Gebete oder bestimmter magischer Handlungen Hilfe bei Krankheit, Prüfungen oder in anderen Notsituationen erhofft. Manche Wallfahrt wird auch regelmäßig aus Dankbarkeit für eine bereits erwiesene Gnade unternommen.

Wallfahrten hatten von je her auch einen ökonomischen Aspekt, denn: „heilige Stätten und Wirtschaftshäuser gehören zusammen“ (Höllhuber/Kaul 1987: 91). Nicht nur entstanden vor Ort Herbergen und Gasthäuser, die den Wallfahrern Unterkunft und Verpflegung boten. Auch längs der großen Pilgerwege nach beispielsweise Santiago de Compostella wurden Hospize eingerichtet, hoffte man auf Konsumerschöpfter Pilger, boten sich Führer an. Am Wallfahrtsort selbst konnte und kann man Andenken und Devotionalien erstehen – die Kopie der Kopie des Gnadenbildes – um einen fassbaren Beweis von der Besonderheit jenes Ortes sowie der persönlichen Anwesenheit dort mitzunehmen.

⁸ Bezeichnend dafür ist die Wortwahl des Lokalblattes „Burghäuser Anzeiger“: „Schaulustige, die sich an den Stationen Benedikts XVI. auf seiner Bayernreise aufhalten, werden entweder als Pilger oder als Papstfans bezeichnet (Burghäuser Anzeiger Nr. 210 vom 12.09.2006, S. 4).

In dieser Hinsicht entspricht Marktll einem jeden Wallfahrtsort: In seinen zwei oder drei Andenkenläden gibt es Ratzingers Geburtshaus als Papp-Bausatz,⁹ das Abbild des Papstes auf Kerzen, Tellern, Tee- und Pralinenpackungen, dazu Rosenkränze und Ansichten von Marktll und Umgebung. Von kirchlicher Seite aus lässt man verlautbaren, dass derlei Waren im Zusammenhang mit dem Papst nicht erwünscht seien; besonders Gebäckstücke und alkoholische Getränke, die den Papst in ihrem Namen führen, stießen auf Ablehnung. Auch hierbei lässt sich also ein typisches Element der Wallfahrt feststellen: Die wenigsten Wallfahrtsorte (bzw. Ausdrucksformen von Volksfrömmigkeit allgemein) werden von der Kirche wohlwollend beobachtet. Sie fürchtet ein Überhandnehmen des Aberglaubens, oder aber eine subversive Demokratisierung des Glaubens. In jedem Falle verliert die Kirche einen Teil ihres Einflusses, den sie nicht nur in theologischen und liturgischen Fragen gesichert sehen will, sondern auch in ökonomischen: Wenn der Raum für ökonomischen Austausch der Geburtsort des Papstes ist, will sie die Dinge festlegen, die hier getauscht werden (vgl. Fitzenreiter 2006).

Der Gemeinderat Marktlls hat dahingehend reagiert und an seine Geschäftsleute zum Maßhalten appelliert. Die neun Monate nach der Papstwahl gegründete Tourismus und Begegnung Marktll GmbH bietet statt Papstwurst würdevollere Andenken an: Medaillen mit dem Konterfei Benedikt XVI., Bildbände christlichen Inhalts, ein Videoband, das den Flug des Papstes und seine Grußworte über Marktll festhält, sowie eine Auswahl von Kreuzen, die der niederbayerische Bildhauer Josef Neustifter aus gegebenem Anlass entworfen hat. Mit diesen Angeboten hofft man auf Einnahmen, die wiederum notwendige Investitionen finanzieren könnten, wie z. B. den 70.000 € teuren Umbau des Foyers des Bürgerhauses, wo das Begegnungszentrum untergebracht ist.

Besucher und Bewohner sowie weitere interessierte Privatpersonen schaffen sich also ihr Marktll nach dem Vorbild von Tourismus und ökonomischem Austausch, das sich inzwischen weltweit etabliert und von der Kirche nolens volens akzeptiert wird: Wallfahrt und Devotionalienhandel. So sakralisiert man Gegenstände, die a priori keinen sakra-

⁹ Das Geburtshaus ist mittlerweile auch als Miniatur für Modell-eisenbahnbauer bei Märklin erhältlich (schriftl. Mitteilung M. Fitzenreiter).

len Charakter haben, wie Alltagsgegenstände, an denen man das Foto des Papstes anbringt, oder Nahrungsmittel, die nach dem Papst benannt werden. Höher bewertete Objekte – Bücher (Fotobände) oder christliche Symbole, die aus Edelmetallen bestehen und noch dazu die Aura des Kunstgegenstandes tragen wie die eigens für Marktll entworfenen Kreuze – sind das kommerzielle Privileg der offiziellen Anlaufstelle für Marktll-Besucher. Derlei Andenken und Devotionalien findet man in nahezu jedem beliebigen Wallfahrtsort.

Damit Marktll als Wallfahrtsort bezeichnet werden könnte, fehlt jedoch ein wichtiges Element: Es gibt (noch) kein wundertätiges Gnadenbild, es ist noch keine Heilung erfolgt, man reist nicht nach Marktll, um Trost in einer bestimmten Lebenssituation zu finden. Allerdings führt eine Reise nach Marktll den Reisenden an einen Ort, der den aktuellen Papst als kleines (unschuldiges) Kind gesehen hat – einen Menschen, der als Stellvertreter Christi auf Erden möglicherweise doch heiliger ist als der durchschnittliche Normalsterbliche. „Und je kleiner der Abstand zwischen den Lebensdaten des Heiligen und des Beters, desto besser“ (Höllhuber/Kaul 1987: 32). Man kann das Geburtshaus Ratzingers¹⁰ mitten im Dorfczentrum sowie „seinen“ Taufstein sehen – es gibt also wenn schon kein eigentliches Gnadenbild, so doch fassbare Gegenstände, die mit dem jetzigen Heiligen Vater in unmittelbarer Berührung gestanden haben. Ein weiterer Gegenstand dieser Art ist ein Flugzeugsessel aus dem Lufthansa Airbus A321. Auf diesem saß der Heilige Vater bei seinem Rückflug vom Weltjugendtag am 21. August 2006 nach Rom, bei dem er einen Abstecher über Marktll gemacht hatte, und dieser wurde der Gemeinde durch Kapitän Martin Ott zum Andenken offeriert. Der Flugzeugsessel steht nun, der Öffentlichkeit halb entzogen, in einem Quasi-Allerheiligsten, einem separaten Raum der Marktll Tourismus und Begegnung GmbH. Nach Papst Benedikt XVI wird sich kein Sterblicher mehr während einer gewöhnlichen Flugreise auf dieser Sitzgelegenheit niederlassen; sie ist dem Alltagsleben eines Transportmittels auf immer entzogen und trägt nun nahezu sakralen Charakter. Selbst musealisierte Gegenstände erreichen nie-

10 Auch der Geburtsort Karol Woitylas ist zu einem bedeutenden Anziehungspunkt Reisender geworden (Marktll am Inn und Wadowice sind übrigens seit Kurzem eine Städtepartnerschaft eingegangen).

mals einen derartigen ideellen Wert.¹¹ Die „immaterielle Neuschöpfung des Objektes“ (Fitzenreiter 2006) scheint hier in vollem Gange zu sein.

Über das Taufbecken, über dem Joseph Ratzinger in die christliche Gemeinschaft aufgenommen wurde, wurde lange Zeit diskutiert. Im Rahmen der Umbaumaßnahmen der Dorfkirche St. Oswald in den 1960er Jahren war das neugotische Becken in das Heimatmuseum gewandert, wo es bis vor kurzem noch stand. Der Heimatpfleger Joseph Gaßner wollte es dort auch stehen lassen: Schließlich seien in ihm viele andere Säuglinge getauft, die später für den Ort Einiges geleistet hätten.¹² Dennoch hörte man Stimmen, die das „schöne“ Taufbecken gerne wieder in der Kirche gesehen hätten, wo man mit einem „greislichen“ neomodischen Taufstein vorlieb nehmen musste. Anlässlich der Festwoche rund um den Jahrestag der Papstwahl wurde der Taufstein wieder in die Kirche „rücküberführt“. Der erste Täufling nach der jahrzehntelangen Pause des Beckens erhielt als dritten Vornamen den Namen Benedikt.¹³

So hat sich Marktll eine religiöse Kultstätte geschaffen, die in direktem Zusammenhang mit der Person des Papstes steht. Der einzige Gegenstand, der bislang eine religiöse Funktion in Zusammenhang mit dem jetzigen Papst innehatte, hatte sich ja

11 Der Stuhl wird auch anderswo als Symbol für das Papsttum verstanden. Am 14. Mai 2006 weihte die Gemeinde Aschau (Oberbayern) ein Benedikt XVI. gewidmetes Denkmal in Form eines Stuhles „aus bayerischem Kalkstein“ auf einem Sockel aus „bayerischem Granit“. Laut dem Bildhauer Ernst Lechner „steht es für den Stuhl, auf dem Josef Ratzinger in seiner [von 1932 bis 1937 in Aschau verbrachten] Kindheit in diesem Haus [gemeint ist das ehemalige Wohnhaus der Ratzingers in Aschau] saß und zum Beispiel seine Hausaufgaben machte. Der Künstler will damit zugleich und vor allem den Bogen schlagen zum päpstlichen Stuhl, auf dem Benedikt XVI. vor einem Jahr Platz genommen hat.“ (Mühldorfer Anzeiger vom 15.05.2006). Die Feierlichkeiten fanden im Beisein Prälat Georg Ratzingers, des Bruders Benedikt XVI., statt. Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass nun verschiedene Gemeinden, die alle Stationen auf dem Lebensweg des Papstes waren, auf ähnlichen Ruhm wie sein Geburtsort hoffen. Die Stadt Tittmoning etwa, in der Josef Ratzinger den Kindergarten besuchte, will ihm nun auch die Ehrenbürgerschaft verleihen (Burghauser Anzeiger vom 06.05.2006).

12 zitiert in Faz.Net vom 22.12.05

(<http://www.faz.net/s/Rub590E63896B724091BF63CECEF28A1A7/Doc>)

13 Burghauser Anzeiger Nr. 89 vom 18.04.2006.

im Museum befunden – der religiösen Sphäre entzogen, als ein Objekt unter vielen, in einem eher der Volksbildung und der Bewahrung des allgemeinen, alltäglichen Erbes zgedachten Rahmen. Als Dankeschön für die Herausgabe des Taufbeckens erhielt das Heimatmuseum ein Geschenk aus Rom: Eine Kelchgarnitur und den Pileolus (die weiße kappenähnliche Kopfbedeckung des Papstes), laut beigefügtem Zertifikat wurden beide auch tatsächlich von Benedikt XVI benutzt.¹⁴ Die Gegenstände sollen nun als Ersatz für das Taufbecken im Museum ausgestellt werden. Dies lässt anscheinend die Emotionen weniger aufwallen; vielleicht, weil die Objekte keinen direkten Bezug zur Gemeinde Markt aufweisen. Der Taufstein dagegen ist das Verbindungsglied aller Marktler Täuflinge, ob sie nun Lorenz Reißl¹⁵ heißen oder Joseph Ratzinger.

Die Überführung eines Objektes aus der profanen in eine wenigstens semi-sakrale Sphäre lässt sich auch am Geburtshaus Ratzingers beobachten. Das aus dem 18. Jahrhundert stammende und unter Denkmalschutz stehende Gebäude gehörte bis vor kurzem einer Privatperson, die dort auch ihren Wohnsitz hatte. Man erzählt sich, dass angesichts der Besucherströme und besonders mancher Souvenirjäger, die bis in den Vorgarten eingedrungen waren, um ein paar Krumen Erde mitzunehmen, die Besitzerin gewissermaßen die Flucht ergriffen habe, das Haus zum Verkauf angeboten und vom Erlös ein Anwesen in ruhigerer Umgebung auf dem Lande erstanden habe. Das Haus wurde von einer von den Diözesen Passau, Regensburg und München-Freising gegründeten Stiftung erworben. Die Initiative dazu war von einer Unternehmerfamilie aus der Verwandtschaft des ehemaligen Kölner Erzbischofs Josef Frings (1887 bis 1978) ausgegangen, für den der damalige Bonner Theologieprofessor Joseph Ratzinger theologischer Berater gewesen war. Aus dem Umfeld dieser Familie war eine beträchtliche Summe (der genaue Betrag ist der Öffentlichkeit nicht bekannt) in die Stiftung eingebracht worden.¹⁶ Auch der Verkaufspreis des Hauses ist offiziell nicht bekannt gegeben; Gerüchten zufolge soll die Stiftung 3,5 Millionen Euro dafür geboten haben. Der Freistaat Bayern bezuschusst den Kauf des Hauses

14 Burghauser Anzeiger Nr. 89 vom 18.04.2006

15 Erster Täufling nach der Rücküberführung des Taufbeckens in die Kirche St. Oswald, s. Burghauser Anzeiger vom 18.04.2006.

16 Hintermeier 2006 in: FAZ Nr. 192 vom 19.08.2006, S. 39

mit 1 Million Euro, nachdem der bayerische Finanzminister Kurt Fallthäuser „diskret“ in die ein Jahr lang dauernden Verkaufsverhandlungen eingebunden gewesen war.¹⁷ Interessant sind die jeweiligen Begründungen für die nicht unumstrittene finanzielle Beteiligung des Freistaates: Der Finanzminister befürchtete eine „peinliche“ Kommerzialisierung des Geburtshauses;¹⁸ der Pressesprecher des Erzbistums München-Freising befand: „Der Freistaat hat ein Interesse, dass Menschen ins Land kommen.“¹⁹ In Bayern zumindest scheint der Zusammenhang von Religion und Ökonomie sowohl der katholischen Kirche als auch dem Finanzministerium bewusst zu sein.

Dass Kirche und Staat den Ereignissen jedoch in gewissem Sinne hinterherlaufen, hat der bayerische Finanzminister durchaus erkannt: „Ob sein Geburtshaus im übrigen der richtige Ort für Würdigung und Andenken ist, haben die Menschen längst entschieden. Die Bürger kommen schon lange nach Markt.“²⁰ Nun arbeitet die Stiftung, neue Eigentümerin des Hauses, an einem Nutzungskonzept. Man denkt an eine Begegnungsstätte, in der Leben und Wirken des „bayerischen Papstes“²¹ dargestellt werden sollen, und hat eigens einen Pastoralreferenten eingestellt, der die Entwicklungen begleiten und unterstützen soll.²²

Ob allerdings eine doch wieder museal wirkende zweite Begegnungsstätte – die erste Begegnungsstätte wurde von der Gemeinde Markt gegründet – dem durchschnittlichen Marktbesucher in spiritueller Hinsicht ausreichen wird, muss dahingestellt bleiben. Viele Besuchergruppen, gerade osteuropäische, zelebrieren vor dem Geburtshaus Messen oder singen Kirchenlieder;²³ Neben Objekten wird so auch der Raum sakralisiert und auf diese Weise zu einer Kultstätte umgewandelt. Zwar nutzen Besuchergruppen auch die Dorfkirche für Gottesdienste, aber diese weist keinen unmittelbaren Bezug zu Papst Benedikt XVI. auf. Bleibt abzuwarten, ob der reinstallede Taufstein diesen Bezug herstellen kann.²⁴

17 Burghauser Anzeiger Nr. 81 vom 06.04.2006

18 Interview des Burghauser Anzeiger mit Kurt Fallthäuser, Nr. 81 vom 06.04.2006

19 Burghauser Anzeiger Nr. 80 vom 05.04.2006

20 Interview des Burghauser Anzeiger mit Kurt Fallthäuser, Nr. 81 vom 06.04.2006

21 Burghauser Anzeiger Nr. 81 vom 06.04.2006

22 Burghauser Anzeiger Nr. 89 vom 18.04.2006

23 mdl. Mitteilung K. Mühlthalers

24 In eben demselben Haus erblickte auch der schon erwähnte Erfinder Georg Lankensperger das Licht der Welt. Neben

3. Zusammenfassung und abschließende Bemerkungen

Dass das Oberhaupt der katholischen Kirche eine Verehrung erfährt, die über das Maß, das die Kirche selbst für angebracht hält, hinausgeht, mag zunächst erstaunen. Tanzende und singende Jugendliche an Orten, die mit einer berühmten Person in Zusammenhang stehen²⁵ - da denkt man eher an Jim Morrisons Grab in Paris. Ehrfürchtiges Erschauern vor den Stätten, die einen großen Mann zu Lebzeiten gesehen haben – das erinnert an Weimarbesucher auf der Suche nach Goethes Geist. Weshalb bringt Jung und Alt dem Papst Huldigungen entgegen, die man eher aus der Pop- und Rockszene, vielleicht noch aus dem Milieu der Oberlehrerinnen für Deutsch kennt? Wohlgermerkt, es ist eher die Figur des Papstes, die man verehrt, denn Benedikt XVI hatte noch gar nicht die Zeit, sich ein ähnliches Image aufzubauen wie Johannes Paul II.²⁶ Letzterer hatte es verstanden, Person und Amt gleichermaßen attraktiv wirken zu lassen; Benedikt XVI., als eher zurückhaltender Theoretiker und bescheiden gebliebener Mann beschrieben,²⁷ erbt in gewisser Weise die Popularität Johannes Paul II. Überträgt man jedoch Charakteristika eines typischen Stars, Idols, *grand homme* auf die Figur des Papstes, so wird verständlich, warum sie heute die Massen anzieht: Das Vertreten klarer Positionen, Kohärenz im öffentlichen und privaten Leben, Nähe zu den Menschen bei gleichzeitiger Distanz zeichnen das Amt des Papstes aus. Dazu kommt die bekannte Kunst der Inszenierung der katholischen Kirche, die im Zeitalter der Massenmedien im letzten Winkel der Erde wahrge-

der Berühmtheit Ratzingers schwindet seine allerdings zunehmend – obwohl von seiner Achsschenkellenkung, die Kutsche wie Auto höhere Stabilität in der Kurvenlage verleiht, vermutlich mehr Menschen direkt profitiert haben und noch profitieren als von einem Papst. Allerdings gehört der Fahrzeugbau nach wie vor der profanen Sphäre an.

25 vgl. das Interview mit dem Marktler Pfarrer Josef Kaiser in der ZEIT Nr. 52 vom 21.12.2005, S. 63

26 Inzwischen, d.h. nach Benedikts XVI. Reise durch Bayern, scheinen die Erwartungen des Publikums an den Papst von ihm erfüllt worden zu sein: Er strich Kindern über den Kopf und schüttelte Hände – Fazit des Publikums: „I mog den Papst einfach unbandig gern,“ (ein Zuschauer, zitiert im Burghauser Anzeiger Nr. 210 vom 12.09.2006, S. 4. Vgl. auch die Berliner Zeitung Nr. 213 vom 12.09.2006, S. 3).

27 vgl. GALA Nr. 1 vom 29.12.2005, S.90f.; Burghauser Anzeiger vom 02.05.2006

nommen werden kann. Der Ausdruck „*Pope Star*“ hat auch nach Johannes Paul II. noch Gültigkeit.

Im Grunde hat die Verehrung der klassischen Stars oder *grands hommes* Formen der Anbetung übernommen, die aus dem Repertoire der (katholischen) Kirche und ihrer Heiligenverehrung stammen: Besuch der Grab- oder Wirkungsstätten, Verehrung von Abbildern, Anbetung von Reliquien (Gegenständen, die mit dem Heiligen in engstem physischen Kontakt gestanden waren), Mitnahme von Erinnerungsstücken an den Ort der Anbetung (Souvenirs, Merchandising-Produkte). Bei der Suche nach einer adäquaten Form der Papst-Verehrung tut man sich leicht: Man kann umso unbekümmerter auf Elemente aus der katholischen (Volks)frömmigkeit zurückgreifen, als deren gesamter Hintergrund katholisch ist. Interessant im Falle MarktI ist die Tatsache, dass zunächst profane Objekte oder solche, die seit längerer Zeit keine sakrale Nutzung mehr erfahren haben, in die religiöse Sphäre geholt werden. Dies kann aber offenbar nur mit Gegenständen erfolgen, denen eine gewisse Würde, Geschichte und ästhetischer Wert zugesprochen wird: ein Haus, ein Taufbecken. Auch neu geschaffene Gegenstände können einen papstadäquaten Wert erhalten, vorausgesetzt, der ästhetische Wert ist offensichtlich, die Lebensdauer potenziell lange, der Nutzen kein alltäglicher: Kreuze, Bücher, Medaillen. Selbst ein Flugzeugsessel kann den Weg zur Sakralisierung einschlagen, wenn er in direktem körperlichen Kontakt mit dem Heiligen Vater gestanden hat. Einzig Nahrungs- und Genussmittel, deren Lebensdauer kurz ist, deren Transformation nicht geistige Sphären erreicht, die jedermann zugänglich und die noch nicht einmal dem Bereich der Festspeisen zuzuordnen sind, fallen in die geschmähte Kategorie des Kommerzes: Wurst, Bier, Kaffeegebäck.²⁸ Oder hängt dies damit zusammen, dass derlei im Verkauf nur jeweils einen geringen Erlös einbringt, schon weil die Ausgangsmaterialien nicht teuer und die Arbeit eine gewöhnliche ist? Die am höchsten bewerteten Gegenstände – Taufbecken, Geburtshaus – haben

28 Die gastronomische Abteilung der Papst-Wirtschaft in MarktI schafft sich ihre eigene Nische, etwas abseits des sakralen Bereiches. Es entstand ein Marktler Kochbuch (Was Marktler Frauen kochen. Rezepte aus dem Geburtsort Papst Benedikt XVI., zu beziehen über www.marktI.de), und der Bäcker Leukert preist seine Papstmützen nun auf den Gastronomie-Seiten des Burghauser Anzeigers (Mai 2006).

entweder gar keinen Preis, oder einen sehr hohen. Der finanzielle Wert steigt mit dem ideellen, bzw. umgekehrt.

Starkult und Heiligenverehrung gehen im Phänomen Markt ineinander über. Man kann sich fragen, ob nicht beides schon immer eins gewesen ist – die moderne Form der Verehrung von Berühmtheiten (Sportler, Filmschauspieler, Sänger, Politiker) eine Profanisierung früherer Heiligenanbetung, die letztendlich durch die katholische Kirche entstanden ist. In der Verehrung des Papstes finden sich Wallfahrt und Starkult aufs Neue und werden wieder eins.

Die Wertschätzung einer bestimmten Persönlichkeit zieht offenbar zwangsläufig auch eine erhöhte Wertschätzung von Räumen und Objekten nach sich, die mit dieser Persönlichkeit in Bezug stehen. Ideeller Wert und (im weitesten Sinne) finanzieller Wert gehen hier Hand in Hand.

Verwendete Literatur und Quellen

BECKHAM, SUE BRIDWELL 1987: Death, Resurrection and Transfiguration: The Religious Folklore in Elvis Presley Shrines and Souvenirs. IN: International Folklore Review Vol. 5 / 1987: 88-95. London.

DAMERAU, BURGHARD 2002: Klassischer Starkult vor Ort: Goethe for everybody in Weimar. IN: Ullrich, Wolfgang / Schirndenwahn, Sabine (Hg.): Stars. Annäherung an ein Phänomen. Frankfurt am Main: 266-295.

FITZENREITER, MARTIN 2006: Das Heilige und die Ware – Eigentum, Austausch und Kapitalisierung im Spannungsfeld von Ökonomie und Religion. Unveröffentlichtes Manuskript.

HANSEN, NIKOLAUS 1986: Kultfiguren. Götter, die die Welt bedeuten. München

HÖLLHUBER, DIETRICH / KAUL, WOLFGANG 1987: Wallfahrt und Volksfrömmigkeit in Bayern. Nürnberg

HINTERMEIER, HANNES 2006 : Mit fruchtbarem Boden und eigenem Weihwasser. Das Kirchenvolk muß ein Volk von Museumsbesuchern werden: Wie in Markt am Inn einmal ein Haus am Markt auf den Markt kam. IN: Frankfurter Allgemeine Zeitung Nr. 192 vom 19.8.2006, S. 39 (Auszug aus: Hintermeier, Hannes (im Druck): Ein Dorf wird Papst. Glaube, Heimat, Hoffnung in Markt am Inn. München)

MINOIS, GEORGES 2005: Le culte des grands hommes des héros homériques au star system. Paris

SCHOUG, FREDRIK 1997: Transformations of Heroism. Fame, Celebrities, and Public Performances. IN: Ethnologica Europaea 1997/2: 105-128

SOMMER, CARLO MICHAEL 1997: Stars als Mittel der Identitätskonstruktion. Überlegungen zum Phänomen des Star-Kults aus sozialpsychologischer Sicht. IN: Faulstich, Werner / Korte, Helmut (Hg.): Der Star. Geschichte – Rezeption – Bedeutung. München: 114-124

Zeitungen (Print):

Abendzeitung vom 25. Januar 2006

Berliner Zeitung vom 12. September 2006

Burghauser Anzeiger vom

5. und 6. April 2006

18. und 19. April 2006

2. Mai 2006

6. Mai 2006

12. September 2006

Mittelbayerische Zeitung Jahrgang 62, Nr. 69 vom 25. März 2006

Mühldorfer Anzeiger vom 15. Mai 2006

GALA Nr. 1 vom 29. Dezember 2005

Die ZEIT Nr. 51 vom 21. Dezember 2005

Zeitungen (Online):

Spiegel Online vom 20.04.2005

<http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,352485,00.html>

Spiegel Online vom 20.04.2005

<http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,352337,00.html>

Spiegel Online vom 22.08.2005

<http://www.spiegel.de/panorama/0,1518,370817,00.html>

Faz.Net vom 22.12.2005

<http://www.faz.net/s/Rub590E63896B724091BF63CECAEF28A1A7/Doc>

Websites:

Markt am Inn – Geburtsort Papst Benedikt XVI
<http://www.markt-marktl.de/index.php>

Broschüren:

Markt Markt – Geburtsort von Papst Benedikt XVI.
Infobroschüre. Marktgemeinde Markt Markt (Hg)

Mündliche Informationen von und Dank an:

Michael Leidl, Pfarrkirchen

Karl Mühlthaler, Markt

Heike und Manfred Winterer, Markt

Emily Schalk, Berlin (Übersetzung)