

# Protokoll #NUE2025

## Plenum Kunst

**Ort: Kunstvilla / Mittwoch, 17.01.2018, 17 Uhr**

// **Moderation:** Angela von Randow, Philip Zerweck

Begrüßung / Dank an Frau Dippel

Einleitung Frau Dippel: Museum als „Missing Link“ in Nürnberg. Regionales Museum mit Vertretung der jungen Kunst, der Moderne. Die Kulturhauptstadtbewerbung ist sehr interessant, da man als Museum gezwungen ist, nach vorne zu schauen.

### 1. Vorstellung #Nue2025

// Ehrenamtliche Initiative

// Gründung aus dem Creative Monday und der Kultur und Kreativwirtschaft.

// **Sinn der Bürgerinitiative:** Entscheidungskriterium bei der Bewerbung ist das Engagement der Bürger.

// **Kulturverständnis:** Kunst ist nur ein Teilbereich der Kultur, Kultur ist Lebensform.

// **Stand Kulturstrategie:** Vorarbeit abgeschlossen und ab 19. Januar online abrufbar. Am 31.1.18 im Kulturausschuss des Stadtrats (öffentlich).

// **Stand ECOC:** Bewerbung 2019. Bid book: Darin müssen u.a. Fragen beantwortet werden wie: Was können wir Europa bieten? Was hebt uns von den anderen Bewerberstädten ab? Etwa 8 Städte bewerben sich. 3-5 Städte kommen in die enge Auswahl.

2020/21 Entscheidung wer den Titel gewinnt.

// seit 1.1.18: Leiter des Bewerbungsbüros: Wagner

// erster Tag „Let's Think“

// weitere Veranstaltungen, nächste 18.1.19, „Europa zuerst!“ Gespräch mit Claus Leggewie

// N2025.de > Veranstaltungen

#### **Taten:**

// Community Facebook 349 Follower

// Ca. 340 Engagierte

// Themenplenen

// Standpunkte der Szene zur Bewerbung

#### **Termine NUE 2025:**

// Stammtisch jeden 3. Freitag im Monat

// Plenum junge Politik, 7.2.

// Plenum Nachhaltigkeit

// Plenum zur Digitalisierung, Format offen

// Plenum Zukunft der Arbeit

Weitere Themen, Partner gesucht.

## 2. Vorstellungsrunde

Anwesende:

// Museum	1
// Galerie	4
// Verwaltung	2
// Bewerbungsbüro	2
// Kulturzentrum	4
// Künstler	7
// Förderkreis	1
// Kunstverein	4

### Motivation:

- // Rolle der bildenden Kunst bei der Bewerbung, Standortanalyse, Ist Zustand.
- // Nürnberger Kunst steht im Schatten, mehr Aufmerksamkeit.
- // Bessere Vernetzung.
- // Notwendigkeit die Szene vor Ort in den Bewerbungsprozess mit einzubinden.
- // Zusammenarbeit.
- // Bewerbung nicht der Stadt überlassen, gemeinsame neue Formen
- // interessante Projekte gestalten.
- // Neues schaffen.
- // Wie können wir uns einbringen?
- // Nürnberg versteckt seine Stärken, Standorte muss man suchen.
- // Mit Menschen von der Straße über Kunst reden.
- // Thema Nachhaltigkeit.
- // Austausch.
- // Vorbehalte über die Künstler abbauen, Künstler in den Vordergrund.

## 2. Austausch

Zwei Fragen zur Standortbestimmung und zum Thema Kunstvermittlung

### Frage 1: Was ist der Stand und welche Veränderungen brauchen wir für eine gute Präsentation?

- // Ruf nach mehr Vernetzung, bessere Außenwahrnehmung
- // Mangel an ganz Vielen: Großraum Schwabach/Erlangen/Nürnberg/Fürth, keine Käuferschicht, Kunsthandel findet in München statt.
- // Galerien brauchen Hintergrund. Publikum. Kulturszene, Soziokultur, Galerien leben von Hochkultur. Stadtführung, Nürnberg Industriestadt, das hängt uns nach.
- // Nürnberg ist eine Arbeiterstadt. Andere Städte haben Museen in der Innenstadt, Angebote sind mehr geworden, Vernetzung immer wichtiger.
- // Externe Medien: Nürnberg hat Schwierigkeiten mit der Süddeutschen Zeitung, wird nicht wahrgenommen, Marketing Sache. Mehr Geld für Marketing notwendig.
- // Kunst im Öffentlichen Raum, Kunst am Bau gibt es nicht mehr. Wettbewerbe für Fassaden, U-Bahn etc. Stadtbild muss sich farbig verändern. Wem gehört der öffentliche

Raum? Es fehlt Lenkung.

// Industrie, Finanzwelt sollte sich beteiligen.

// Nürnberg ist besser als der Ruf. Warum gelingt es nicht diesen Ruf zu kommunizieren?

// DNA muss entschlüsselt werden. Sammler kaufen nicht in Nürnberg.

Gibt es eine Analyse die tiefer forscht? Maßnahmenkatalog kratzt nur an der Oberfläche, man muss tiefer gehen. Was ist der Grund?

// AdBK hat Künstlern geraten weg aus Nürnberg zu gehen, wenn sie Karriere machen wollen.

// Bescheiden, zurückgezogen. Selbstbewusstsein fehlt.

// Viele junge Künstler verlassen Nürnberg., keine Karriere möglich. Es fehlt die überregionale Vernetzung. In Nürnberg gibt es sehr großes Kaufvermögen. Alles heimlich. Nürnberger kauft keine Kunst von Nürnberger Künstler. Es gibt Vernetzung. Glocke über Nürnberg, destruktiv.

## **Frage 2: Vermittlung von bildender Kunst. Was ist der Bedarf?**

### **Wie vermitteln wir Bildende Kunst an die Bevölkerung?**

// Zeitung, Medien: Kulturteil muss wichtiger werden. Nicht nur Printmedien. Social Media, Internet, Magazine. Gute Ansätze z.B. Beirat bildender Kunst: Symposium Urbanum von Galerie Defet wir fortgeführt. (in Schweben)

// Zurückhaltung überall. Beirat geht nicht nach außen. Bevölkerung muss mitgenommen werden. Entscheidende Leute zu mutlos. Die Stadt wäre der Initiator, ist in der Pflicht. Fehlt es an Mut? Zurückhaltung.

// Leipzig: Anderes Aufkommen, Künstlerdichte, Internationalität, andere Struktur. Heute können Viele nicht mehr von Nürnberg weggehen, da sie sich kein Atelier in Leipzig leisten können.

// Symposium Urbanum kann man so nicht wiederaufleben lassen. Andere Bedingungen.

// Ausbildung auf hohem Niveau. Künstler können kaum davon leben.

// NMN hat gutes Programm. Es passiert viel.

// Nürnberg ist schon sehr potentialisiert, Künstler gehen auch in kleinere Städte. Nürnberg hat nicht das Image einer Kulturstadt.

// Außenwirkung schlecht. Auseinandersetzung kann durch die Vermittlung, Austausch angeregt werden.

// Tendenziell gehen die Besucherzahlen der Museen in Nürnberg nach unten.

// Städelmuseum, hat mehr Mentoren, (Großbanken).

// Gesellschaft hat sich raus differenziert. Wir haben nicht die Sponsoren im Hintergrund. Mehr Mittel. Keine Konzepte. Kunstvilla hatte Gesprächssalon, wird sehr schlecht besucht.

// Vermittlung wird von außen dazugekauft. Das ist ein Problem.

// Wir vermitteln uns alle noch wund. Was vermitteln wir und wohin vermitteln wir?

// Imagekampagne ist schnell gemacht. Image muss authentisch sein. Analyse wichtig!!!

// Vergleich mit den anderen Städten. Firmen sponsern lieber Sportveranstaltungen. Image. Museumsdichte, öffentliche Mittel, Vergleichsergebnisse müssen diskutiert werden. Wo kann man ansetzen?

// Vermittlung: Was hat man denn davon, wenn man sich mit Kunst auseinandersetzt?

// Die Schulen müssen vermitteln. Sie sind wichtig.

// Art Weekend: Geraldino. Objekte zu den Liedern wurden ausgestellt. Schulen wurden

durchgeführt. Schwellenangst wurde genommen. Führung könnte man öfter machen.  
// Kursleiter vom BZ kommt zu den Galerien. BZ müsste mehr machen. Es kommen nur ältere Leute. Frage der Zeit. Wie rekrutiert man die Leute?  
// Europa im Kunstbetrieb? Warum sollen die Europäer zu uns kommen?  
Ziel: Man will jeden erreichen. Barrierefrei.  
// Umfrage Kunstvilla: die Hälfte kommt aus Nürnberg. Konstantes Monitoring. Museen der Stadt Nürnberg sind nicht vorbereitet auf einen Besucheransturm.

### **Frage 3: Ein Jahr nach erfolgreicher Durchführung der Kulturhauptstadt Nürnberg. Was hat Sie nachhaltig beeindruckt? Was wirkt nach?**

// Digitalisierung, Daten, Auswertung. Atmosphäre soll bleiben.  
// Interdisziplinär. Städtepartnerschaften müssen mit einbezogen werden. Glasgow Shenzhen, usw.  
// Contempos haben erneut umfängliche Sammlung angeschafft, die von der Stadt finanziert wird.  
// Entscheidungskultur ist mutiger geworden. 2025 hat die Kunsthalle eine neue Leitung, der es gelungen ist den Etat signifikant zu erhöhen. Kunsthalle ist der Leuchtturm. 300 Mitglieder anstatt 100 (jetzt). Nürnberg als Hotspot für die bildenden Künstler, Kulturschaffende sollen das Mekka in Nürnberg erkennen. ICE hält in Nürnberg. Infrastruktur für die künstlerische Produktion. Art Nürnberg nicht im Rathaus. Eigenkunstmesse wie Art Basel.  
// Nürnberg hat starkes Identitätsgefühl. Zusammenhalt sehr gut. Die Museen haben neuen Standard. Museen sind Lebensräume für die Bürger. Zusammenwirkung mit Bürgern. Kulturszene passt sich an der Konsumentenszene an. Wunsch: Bildende Kunst wird nicht als elitär wahrgenommen.  
// Streitkultur: Wir haben gelernt uns auseinanderzusetzen, zu diskutieren. Team des Bewerbungsbüros wird von der Stadt eingekauft. Kernteam macht eine Beratungs GmbH zum erfolgreichen Bewerbungsprozess.  
// Imagewandel: Zukunft statt Vergangenheit.  
// Stadt der Menschenrechte.  
// Wir als Künstler machen etwas zu dem Thema Stadt der Menschenrechte.  
// Es gibt keine Verbindung: außer Filmfestival, jede Szene ist für sich. Anregung: macht mal was dazu. Was muss passieren damit Künstler nach Nürnberg ziehen wollen? Das wird Auswirkungen auf alle Institutionen haben. Künstler wird hier erzogen. Wird abgeschmettert.  
// Leipzig: Lebensqualität. Günstige Ateliers. Man ist gewollt. Junge kreativ Szene. Lebensgefühl. Subkultur. Leipzig hat den Ost Bonus. Neu Rauch.  
// Es ist nicht so wichtig in der Stadt Kunst zu verkaufen in der man lebt. Ateliers sind wichtig. Gute Arbeitsbedingungen. Wir brauchen ein anderes Image. Imageverlust ist Geldverlust.  
// Kunst Hotspots verändern sich. Kann man daraus etwas lernen?  
// Nürnberger Kunstmarkt kam aus der Bürgerstadt. In Kassel höfisches Umfeld. Analyse. Wo sitzt das Geld? Image ist wichtig.

//Wir müssen in den Diskurs kommen. Wir müssen Dinge installieren, z.B. schöner Brunnen.

### FAZIT:

// Sehr unterschiedliche Meinungen durch Anwesenheit verschiedener Gruppen wie Galerien, Künstler, Kulturläden.. Künstler sind sehr gut ausgebildet. Gehen weg. Künstler haben gute Arbeitsbedingungen. Sehr konträr.

**// Übereinstimmung in der Meinung, dass Nürnberg eine schlechte Außenwahrnehmung hat. In der Vergangenheit gab es sehr gute Bedingungen für den Kunstbetrieb. Siehe Symposium Urbanum.**

// Verschiedene Teilszenen interdisziplinärer.

// Partnerstädte

// Mutigere Entscheidungen von der Politik für die Kunst

// Produktionsbedingungen

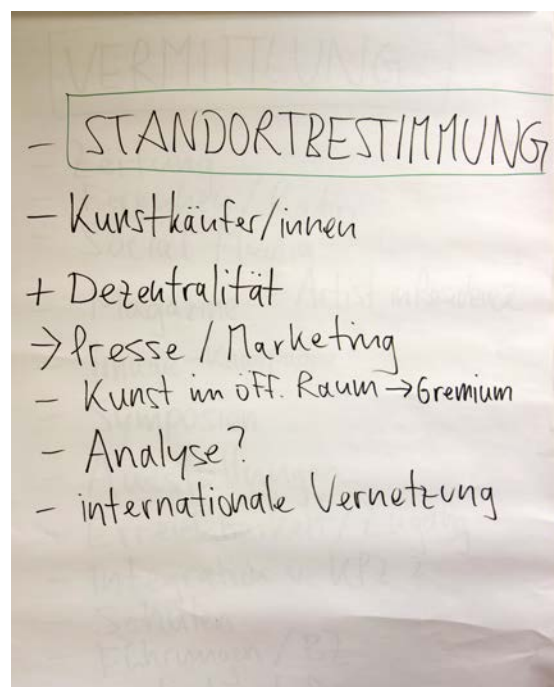
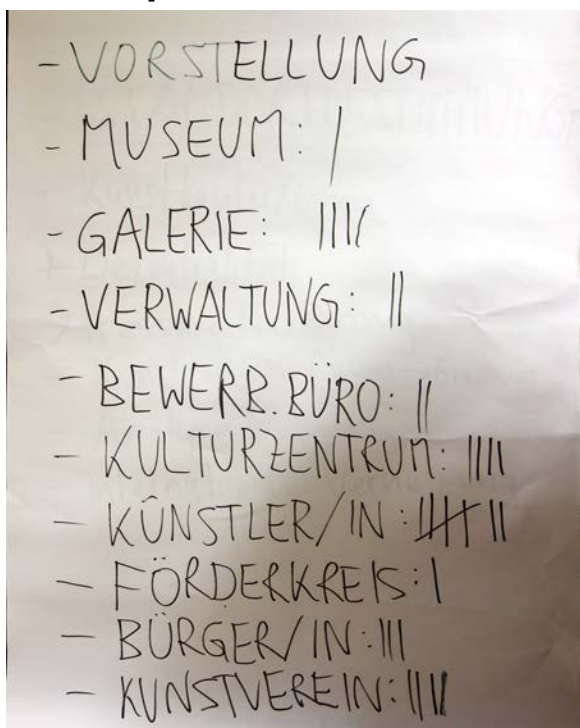
// In Europa kann der Künstler sich frei bewegen. Es muss darüber nachgedacht werden, wie sich der Hotspot entwickelt. Was kann der Hotspot sein?

// Kunst muss sich thematisch positionieren.

// Damit Kunst bedeutend wird, muss sich Kunst einmischen.

// Thema Schule: Man hört immer wieder: Wir sind eine arme Schule. Schulen haben keine Mittel. Kinder müssen mitgenommen werden. Ihr seid jetzt teil. Kindern eine Stimme geben.

### 3. Fotoprotokoll



## VERMITTLUNG:

- Zeitung
- Fernsehen / Radio
- Social Media
- Magazine - Artist in Residence
- Image-Kampagne
- Symposien
- Ausstellungen
- Erreichbarkeit / Zugang
- Integration v. KPZ?
- Schulen
- Führungen / BZ
- englische Infos

2026

- digitale Plattformen / Daten
- Atmosphäre bleibt
- interdisziplinäre Vernetzung
- Partnerstädte
- Sammlungsankäufe / Etaterhöhung
- mutigere Entscheidungen
- mehr Mitglieder / Zugang
- Prod.bedingungen / Ateliers
- Infrastruktur
- Kunstmesse
- Identität
- Museen als Lebensräume

- Ko-Kreation
- Ko-operation
- Streitkultur
- Zukunft statt Vergangenheit
- "Stadt der Menschenrechte"
- Perspektivenerweiterung
- "Abgelehnte Kunst"
- politische Kunst

	Lf. Quelle	1.
Dresden	+++	
Magdeburg		
Hannover	+++	+++
Chemnitz		
Zittau		
Kerrel		
Hildesheim		
Wormburg	+++	

Mehrfachnennungen waren möglich.