



Kurfürst Friedrich Christian von Sachsen (1722-1763), so wie ihn der Maler Anton Raphael Mengs um 1750/51 sah. Für die Neupräsentation im GNM legte die Restauratorin nochmal Hand an, um den hohen Herrn gebührend herauszuputzen.

Text Birgit Ruf · Fotos Stefan Hippel



AUG' IN AUG' MIT ALTEN MEISTERN

Das Germanische Nationalmuseum setzt sich neu in Szene

Großer Auftritt für Dürer, Rembrandt und Kollegen: Auf 2 000 Quadratmetern präsentiert das Germanische Nationalmuseum (GNM) nach sechs Jahren endlich wieder seine Meisterwerke aus dem 16. bis 18. Jahrhundert. Der Clou daran: Es ist keine reine Gemäldegalerie, sondern ein facettenreich bestücktes Zeitschaufenster, in dem Möbel und Musikinstrumente, Gläser und Teppiche, Schmuckstücke und Kleider neben den Zeugnissen der hohen Kunst ihren Platz haben und so ein lebendiges Bild aus den Epochen der Renaissance, des Barock und der Aufklärung vermitteln.



Barocke Pracht:
Mit Möbeln, Musikinstrumenten und Gemälden verdeutlicht dieser reich ausgestattete Saal die Hofkultur im 18. Jahrhundert.

Mit der Neueröffnung hofft das Haus auch, seinen Besucherrückgang, der im vergangenen Jahr rund zehn Prozent betragen hat, zu stoppen. Schließlich konnte das Museum die nun neu herausgeputzten Herzstücke der insgesamt 1,3 Millionen Werke umfassenden Sammlung zuletzt nur unzureichend präsentieren. In den vergangenen Monaten waren die Highlights in die Mittelalterhalle gepfercht worden, die Jahre zuvor waren sie in der großen Ausstellungshalle zu sehen, die dadurch für anderes blockiert war.

Und mit der ersten großen Sonderpräsentation seit Jahren hatte die Nürnberger Einrichtung weniger Erfolg als erwartet: Die Ausstellung „Kunst und Kalter Krieg“ mit rund 320 Werken der Malerei, Skulptur, Grafik, Fotografie und Installationskunst aus der Bundesrepublik und der Deutschen Demokratischen Republik, auch in den überregionalen Medien hochgelobt, flopte beim Publikum. Nur 33 000 kamen.

Jetzt soll alles besser werden: „Mit der Neueröffnung des Galeriebaus und der großen Ausstellung zum ‘Mythos Burg’ haben wir dieses Jahr zwei dicke Dinger im Angebot“, ist sich GNM-Sprecher Christian

Vogel sicher. Er weiß aber auch, dass sich das Haus nach dem Kraftakt der Neueinrichtung von 33 Sälen nicht ausruhen darf: „So ein Riesentanker ist immer in Bewegung. Unser langfristiger Masterplan sieht vor, nach und nach andere Bereiche aufzurüsten“, sagt er und schränkt gleich ein: „Vieles hängt in der Luft – der Finanzen wegen.“

Aktuelles Beispiel dafür ist das Ringen um Geld für ein fünfstöckiges unterirdisches Depot unter dem Großen Klosterhof. „Ohne dieses Lager können wir die dringend nötige Sanierung des Süd- und Südwestbaus nicht angehen“, erklärt Vogel die Notwendigkeit des rund 25 Millionen Euro teuren Projekts. In dem 60er-Jahre-Bau mit der großen Glasfassade und veralteten Klimatechnik sind unter anderem die Musikinstrumentensammlung, der Bereich Textil und die Volkskunde untergebracht. Eine Renovierung „am offenen Herzen“ ist hier nicht möglich: „Alles muss raus für die Bauarbeiten“, sagt Vogel. Immerhin hat das in Berlin zuständige Bundesministerium für Forschung und Wissenschaft Planungsmittel für 2011 in Aussicht gestellt. Aber die Realisierung dürfte noch Jahre dauern.

„WIR SIND EIN FORSCHUNGSMUSEUM“

GNM-Direktor Ulrich Großmann über Besucherzahlen, Budgets und das Image des Hauses.

Herr Großmann, warum hat die Neupräsentation der Glanzstücke aus dem 16. bis 18. Jahrhundert sechs lange Jahre gedauert?

Großmann: Drei lange Jahre sind durch die ungenügende Finanzierung durch den Bund verschuldet. Durch die längere Bauzeit sind die Kosten nochmals gestiegen. Als wir dann richtig loslegen wollten, hat es bei einer Firma Probleme gegeben. Am Schluss waren es schlichtweg Einrichtungsfragen.

Im vergangenen Jahr sind die Besucherzahlen zurückgegangen. Wie sehr beunruhigt Sie das?

Großmann: Es ist kein Besucherschwund. Hätten wir 2009 dasselbe Angebot präsentieren können wie 2008, wären auch die Zahlen stabil geblieben. Aber wir mussten die große Ausstellung „Meisterwerke“, die über Jahre immer gleich gut besucht war, abbauen, um die Objekte für die Neueinrichtung des Galeriebaus zu restaurieren. Das heißt, diese große Ausstellung hat uns über ein Jahr lang gefehlt. Dafür haben wir dann die von mir – was die Besucherresonanz angeht – überschätzte Präsentation „Kunst und Kalter Krieg“ gezeigt, bei der wir als erstes deutsches Museum einen Preis der internationalen Kunstkritiker bekommen haben. Mir ist bis heute nicht wirklich klar, warum diese Ausstellung nur 33 000 Besucher hatte.

Sie klagen über eine mangelnde Finanzausstattung im Vergleich zu Museen ähnlicher Größenordnung. Machen Sie zu wenig Lobbyarbeit?

Großmann: Sponsorentätigkeit in Nürnberg ist extrem schwierig. Wir haben exzellente Partner in der Nürnberger Versicherungsgruppe, in Siemens und BMW und wir haben den Fördererkreis, der viele kleinere Summen sammelt. Was die Politik angeht, gibt es gute neue Nachrichten: Es besteht die Aussicht, ab 2011 einen deutlich besseren Ausstellungs-



GNM-Direktor Ulrich Großmann in einem der sanierten Ausstellungsräume.

etat zu bekommen. Er soll von jetzt rund 500 000 Euro dauerhaft auf 800 000 bis 900 000 Euro angehoben werden.

Stichwort Kaiserburg: Sie sind Burgenexperte, richten das deutsche Burgenmuseum auf der Heldburg in Thüringen mit ein und zeigen dieses Jahr im GNM die große Schau „Mythos Burg“. Wäre es nicht an der Zeit, auch die Dauerschau auf der Kaiserburg, die das GNM vor zehn Jahren eingerichtet hat, endlich zu modernisieren?

Großmann: Die Erfahrungen, die wir mit der Ausstellung „Mythos Burg“ machen, möchte ich einfließen lassen in die Einrichtung des deutschen Burgenmuseums, das 2013 eröffnet werden soll. Erst danach möchte ich das Kaiserburgmuseum erneuern.

Das GNM ist eines von nur acht Forschungsmuseen, die von Bund und Ländern als Institute der Leibniz-Gemeinschaft gefördert werden. Wie sehr sehen Sie sich der Forschung, wie sehr dem Publikum verpflichtet?

Großmann: Wir sind zu 100 Prozent Forschungsmuseum. Ein Forschungsmuseum, das in Bereichen forscht, die keinen interessieren, hätte allerdings ein Problem.

Sie haben im vergangenen Jahr eine PR-Agentur damit beauftragt, das Image des Hauses unter die Lupe zu nehmen. Was ist dabei herausgekommen?

Großmann: Das läuft noch. Es ist bislang herausgekommen, dass zu wenige das Germanische Nationalmuseum kennen. Es kam auch heraus, dass das Haus zu wenig mit einer Person verbunden ist. Ich weiß aber nicht, ob das wirklich ein erstrebenswertes Ziel ist. Ich halte es nicht für richtig, dass ausschließlich der Generaldirektor nach außen kommuniziert und nicht die Fachleute, die die wissenschaftliche Arbeit für die jeweilige Ausstellung geleistet haben.



Besucher betrachten zwei nackte Schönheiten von Lucas Cranach d. Älteren und Hans Baldung Grien (links) oder sehen sich kleine Skulpturen in Vitrinen an. Rechts ein Blick in den kürzlich neu gestalteten Museums-Shop im Foyer.



Schneller, so hofft man, sind kleinere kosmetische Korrekturen durchzuführen. In der derzeit leeren Ehrenhalle und dem angrenzenden Lapidarium soll eine Ausstellung eingerichtet werden, die die Besucher zum einen auf den Besuch der Mittelalter-Abteilung vorbereitet und zum anderen über die Geschichte des 1852 gegründeten Museums informiert. Handlungsbedarf sieht die Direktion auch in der Abteilung zur Kunst und Kultur des 20. Jahrhunderts, die Malerei, Skulptur und Design unter anderem von Berühmtheiten wie Ernst Ludwig Kirchner, Alexej von Jawlensky und Egon Schiele umfasst. „Der furchtbare Teppichboden muss raus und die Wände brauchen einen neuen Anstrich“, benennt Vogel die Minimalmaßnahmen.

Nicht nur die Exponate sollen ein schöneres Ambiente bekommen, auch die Ruhe suchenden Besucher. „Wir wollen unseren Bistro-Bereich komplett umbauen“, kündigt Vogel an. Die Atmosphäre des im Untergeschoss zwischen Eingangshalle und großem Ausstellungssaal untergebrachten Lokals soll attraktiver werden. „Wir denken an eine Lounge mit gemütlichen Sitzmöglichkeiten und elektronischen Me-

dien“, so Vogel. Bereits abgeschlossen werden konnte im vergangenen Jahr die Neugestaltung des Eingangsbereichs: Der Museums-Shop ist unter neuer Leitung heller, offener und großzügiger angelegt und hat sein Angebot erweitert, die Kasse ist jetzt im Zentrum der großen Halle.

Labyrinthischer Charme

Wer hier sein Ticket löst – pro Jahr sind das für die Dauerausstellung etwa 130 000 Besucher und für die Sonderschauen rund 90 000 – bekommt einen neu gestalteten 32-seitigen Lageplan in die Hand gedrückt. Er versucht die Besucher mit verschiedenen Farben für die einzelnen Gebäudeteile durch das unübersichtliche Haus zu leiten. „Durch die Baustruktur wird das Museum aber immer labyrinthisch bleiben“, weiß Vogel und stellt fest: „An handlichen Wegweisern haben sich schon viele die Zähne ausgebissen.“ Aber anstatt in die Klagen sich verirrender Besucher einzustimmen, meint der Pressesprecher: „Man muss das als Charme verkaufen. Es hat doch auch was Positives, vor Dingen zu stehen, die man eigentlich nicht sehen wollte.“



Sonderausstellungen zeigt das Haus in zwei Sälen. Mit Mitteln aus dem Konjunkturpaket II von insgesamt rund 900 000 Euro kann demnächst auch der dritte Wechselausstellungsraum im Obergeschoss wieder genutzt werden, sobald dessen Klimatechnik modernisiert ist. An Großprojekten sind in den nächsten Jahren unter anderem eine große Dürer-Ausstellung (2012) und eine Schau zum Ersten Weltkrieg (2014) geplant. Um solche Projekte bundesweit zu bewerben, fehle aber das Geld. Man möchte deshalb künftig noch stärker versuchen, „durch die Medien ins Gespräch zu kommen“. Nach langem Hin und Her wird das Museum bald auch auf Schildern an der Autobahn rund um Nürnberg Reklame machen. „Natürlich arbeiten wir auch mit der Congress- und Tourismus-Zentrale zusammen und bieten Kombi-Angebote mit Hotel und Eintrittskarten“, sagt Vogel, der auch immer wieder mit innovativen Veranstaltungsreihen neues Publikum locken will. So hat das Haus zum Beispiel Themensonntage eingeführt, es gibt spezielle Oma-Opa-Enkel-Touren und bald auch erstmals eine Literaturreihe. Aber jetzt haben erst einmal Dürer, Rembrandt und Kollegen ihren großen, glanzvollen Auftritt. ■

Das GNM in Zahlen

Ausstellungsfläche:	25 000 Quadratmeter
Grundstücksfläche:	28 000 Quadratmeter
Nutzfläche:	54 000 Quadratmeter
Depotfläche:	9 100 Quadratmeter
Zahl der Objekte:	1,3 Millionen
Ausgestellte Objekte:	ca. 25 000
Leihanfragen anderer Museen:	ca. 200 pro Jahr
Mitarbeiter:	201
Etat:	16,8 Millionen Euro
Öffentliche Zuwendungen:	15,3 Millionen Euro
Besucher inklusive Kaiserburg:	rund 350 000 pro Jahr
Aufsichten:	etwa 40
Eintrittspreise:	regulär 6 Euro, ermäßigt 4 Euro
Kleingruppe/Familie:	9 Euro
Schüler im Klassenverbund:	je 1 Euro
Mittwoch 18-21 Uhr:	freier Eintritt
Zur Ausstellung „Mythos Burg“ (8. Juli - 7. November 2010) werden die Preise erhöht auf:	8 Euro, ermäßigt 5 Euro
Kleingruppen/Familien zahlen:	10 Euro
Öffnungszeiten:	Dienstag – Sonntag 10 - 18 Uhr, Mittwoch 10 - 21 Uhr

www.gnm.de