

Siegfried Zelnhefer

# Falsche Klischees, Heimatgefühle und die „Nürnberg-Falle“

Das althergebrachte Image  
der Stadt hat mit der Wirklichkeit  
schon lange nichts mehr zu tun.  
Ein Einwurf.

**A**uch das noch: „Franken sterben früher“ titelten die „Nürnberger Nachrichten“ Ende August 2013. In München sei die Lebenserwartung höher als in Nürnberg. Dies geht aus „Gesundheitsprofilen“ hervor, die das Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit für ganz Bayern ermittelte hatte. Nürnberg erneut hinter München. Der Club in den unteren Tabellenrängen, die Bayern in der Liga oben. Dort ein kraftstrotzendes „Mia san mia“-Gehabe, hier ein kleinmütiges „Komma halld nix machn“. Fitzgerald Kusz soll diese angeblich ortsübliche Gemütseinstellung einmal so beschrieben haben: „Mir schämen uns, dass mir mir sind.“

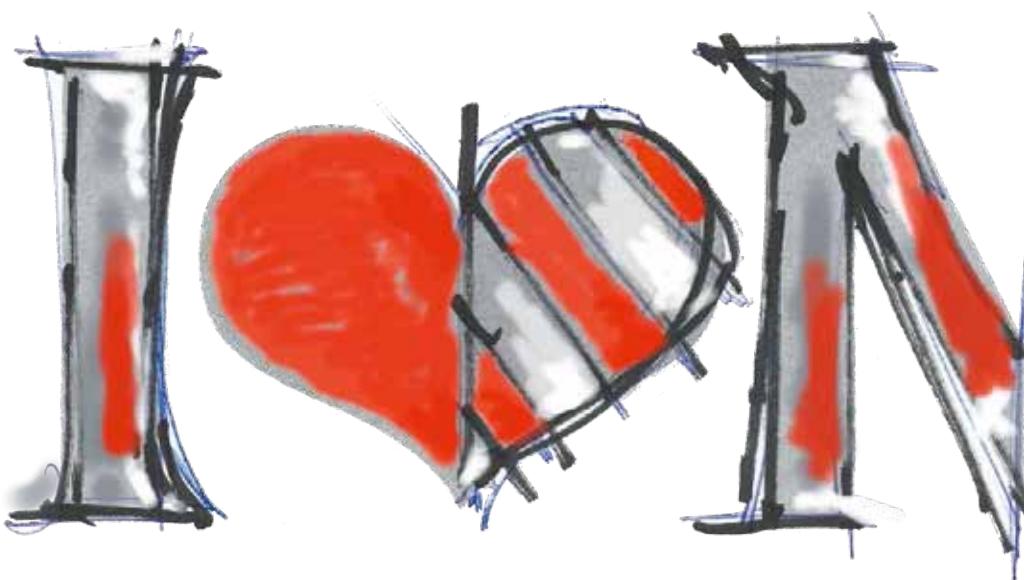
Diese Haltung langweilt. Weil sie mit der Wirklichkeit nichts zu tun hat. Weil das Wiederholen falscher Klischees ihren Wahrheitsgehalt nicht erhöht. Weil ihr eine falsche Annahme zugrunde liegt.

Die falsche Annahme: Erst in diesem Sommer beklagte die „Nürnberger Zeitung“, dass die „Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung“ in einer Serie über Lieblings-Arbeitsorte Nürnberg in die zweite Reihe deutscher Städte gestellt habe. Das Mokieren beruhte auf der stillschweigenden Erwartung, Nürnberg sollte sich mit München, Hamburg, Berlin oder Köln vergleichen. Wozu das denn? Dass es in der 1,4-Millionen-Einwohner-Landesstadt

München mehr erfolgreiche Unternehmen, Theatert, Museen, Szenelokale oder Trachtengeschäfte gibt und die Alpen näher sind als von Nürnberg aus betrachtet – das ist nun wirklich nichts, was Anlass zum Trübsal blasen sein könnte. Wenn es so etwas wie einen Wettbewerb unter Kommunen gibt, dann doch allenfalls auf Augenhöhe. Mit Städten mit ähnlich vielen Einwohnern, also vielleicht mit Leipzig, Dresden, Stuttgart oder Hannover.

Da ist schon eher der Blick auf die Erkenntnisse des New Yorker Beratungsinstituts Mercer aufschlussreich, das alljährlich nach 39 verschiedenen Kriterien – unter anderem Sicherheit, Bildungs- und Verkehrsangebote – die Lebensqualität in 221 Städten dieser Welt ermittelt. Dabei liegt Nürnberg seit langem immer weit oben, im Jahr 2012 auf Platz 24. Gewiss: hinter München (4), Düsseldorf (6) und Frankfurt/Main (7), aber vor Stuttgart (27) und vielen Weltstädten, mit denen wir uns gar nicht vergleichen wollen wie etwa Paris (29), London (38), Barcelona (40) oder New York (44). Andere deutsche Städte kommen unter den Top 50 gar nicht vor.

Das veröffentlichte Bild und die tatsächliche Befindlichkeit der Nürnbergerinnen und Nürnberger liegen nicht selten auseinander. Woher kommt das? Das manchmal tradierte Nürnberg-Image als vermeintlich verschlafene „altdeutsche“ Stadt basiert



im Kern noch immer auf ihrer Wiederentdeckung durch die Romantiker im 19. Jahrhundert. Dieses Klischee („des Deutschen Reiches Schatzkästlein“) wird seit Generationen immer wieder (ab-)geschrieben. Irgendwie fühlt man sich an das Phänomen der „selbsterfüllenden Prophezeiung“ erinnert. In Analogie zu diesem sozialen Verhaltensmuster könnte man sagen: Man muss nur lange genug etwas Mantra-artig wiederholen, dann glaubt auch irgendwann das Gegenüber daran – selbst wenn es längst überholt ist. Wie zum Beispiel das „Spiegel“-Diktum von der „langweiligsten Großstadt Deutschlands“ aus dem Jahr 1992, das aber trotzdem von manchen Medien weiter lustvoll zitiert wird. Fragt sich nur, warum?

Klischees, abgegriffene und unbedachte Bilder, halten sich oft lange. Beispielsweise das Butzenscheiben-Image. Es steht für ein beschaulich-betuliches Nürnberg vergangener Tage, für eine Stadt, die im Rückwärts lebe. Aber, mal ehrlich, wer weiß, wo es in dieser Stadt noch Butzenscheiben-Fenster gibt? Man muss sie – abgesehen von ganz wenigen historischen Gebäuden und vereinzelten Zugeständnissen an Erwartungen von Touristen – mit der Lupe suchen. Also ein Image, das mit der Realität nichts zu tun hat.

Ein anderer Imagefaktor röhrt von Lebkuchen und Bratwürsten. In großen Massen werden sie hier produziert. Das ist kein Abziehbild, das ist die Wirklichkeit. Allein: Es ist eine Mär, die Nürnberger würden Tag und Nacht nichts anderes essen oder würden, bildlich gesprochen, nicht über den Tellerrand hinaussehen. Wer diese Stadt besucht, will Bratwürste und Lebkuchen essen und kaufen. Pizza und Ente süß-sauer gibt's überall auf der Welt. Die 700 Jahre alte Nürnberger Bratwurst und das verführerische Gebäck dagegen sind einmalige Markenzeichen und Exportschlager.

Manche sprechen gerne von einem „Nürnberg-Komplex“. Siehe Fitzgerald Kusz. Sollte es ihn überhaupt je gegeben haben, dann gehört er längst der Vergangenheit an. Identitätsstiftend ist etwas anderes. Die Nürnberger lieben ihre Stadt, sie fühlen sich wohl, über alle Generationen hinweg. Fragt man Menschen auf dem Hauptmarkt „Was mögen Sie an Ihrer Stadt?“ bekommt man solche Antworten: „Die Burg. Und den Dutzendteich. Da ist man schnell im Grünen.“ Oder: „Die Altstadt. Sie hat ein ganz besonderes Flair. Man spürt so viele Kulturen. Hier fühlt man sich heimisch.“ Oder: „Die Lebensqualität. Es lebt sich hier so unanstrengend. Nürnberg hat die richtige Größe.“ In einem Internet-Blog kann man



lesen: „Man kann die Anonymität der Großstadt ebenso finden wie die Geborgenheit eines fränkischen Dorfes.“

Nürnberg ist eine Stadt der kurzen Wege, mit allen Möglichkeiten, um zu lernen, zu arbeiten und zu leben, mit eingesessenen Firmen und kreativen Start-ups, mit der großen Oper am Richard-Wagner-Platz und der Kleinkunst im Kulturladen, mit automatischen U-Bahnen und einem Fahrrad zum Mieten an fast jeder Ecke, mit Laufstrecken im Pegnitzgrund und Boccia-Bahnen im Stadtpark, mit Festen für jedermann und mit Orten für den großen Auftritt, mit Plätzen, wo die Nacht zum Tage wird und mit Orten, wo die Stille einen zur Ruhe kommen lässt.

Die Zufriedenheit schleicht sich manchmal unauffällig ins Bewusstsein. Klaus Kusenberg, 1953 im Rheinland geboren und lange als „Wanderregisseur“ an vielen Bühnen tätig, ist seit 2000 Schauspielchef an den Städtischen Bühnen, längst zum Staatstheater geadelt. Irgendwann sei er in die „Nürnberg-Falle“ getappt, erzählte er einmal. Er habe gar nicht bemerkt, wie lange sein Engagement schon dauere. Er habe sich einfach wohl gefühlt. Alles stimmte. So wie ihm geht es vielen Neu-Nürnbergern und -innen. Sie schätzen die Stadt, in der

man nicht die Orientierung verliert, wo das Zentrum nicht seelenlos ist, sondern Heimatgefühle vermitteln kann. Wohltemperierte Gelassenheit ist zu spüren. Bodenständigkeit statt Talmi-Glanz. Mehr Sein als Schein. Dem Zensus zum Trotz wächst Nürnberg – sanft, aber stetig. Das ist kein Zufall.

Nürnberg hat als Freie Reichsstadt, als europäische Stadt von Rang in Mittelalter und Neuzeit und als Motor der Industrialisierung im 19. Jahrhundert in Bayern eine beispiellose Geschichte, die heute noch erlebbar ist. Dabei ist sie nie stehen geblieben. Die Stadt schöpft aus sich selbst, aus dem Wissen, dem Erfindergeist (heute heißt das Innovationskraft), der Kreativität ihrer Menschen. Das wäre alleine nichts ohne Strebsamkeit und Anstrengung. Das macht auch den besonderen Charakter dieser Stadt aus. Viele Bürgerinnen und Bürger fühlen sich mit „ihrer“ Stadt sehr verbunden, sie identifizieren sich mit ihr. Sie sind mächtig stolz auf sie. Deshalb haben sie auch allen Grund, selbstbewusst zu sein. Dass die fränkische Zurückhaltung dem gelegentlich entgegensteht, verändert die Sachlage nicht. Das gibt allenfalls Pluspunkte bei den Sympathiewerten. ■

