

Nürnberg Heute

Genussorte

Badetempel

Museumsschätze



Ihr
Stadtmagazin –
gratis zum
Mitnehmen!



Geht es Ihnen auch so? Dann sollten wir uns kennenlernen.

Auch, wenn Sie aktuell nicht über den Verkauf Ihrer Immobilie nachdenken. Mit unserer Expertise als Marktführer* bieten wir Ihnen mehr als die aktuelle Bestandsaufnahme. Wir blicken auch auf das Wertsteigerungspotenzial Ihrer Immobilie – und mit welchen Maßnahmen sich dieses zusätzlich positiv beeinflussen lässt. Auch für Ihre Fragen zu z.B. Erbschaft und Sanierung sind wir gerne für Sie da. Kontaktieren Sie uns für ein unverbindliches Gespräch unter ☎ 0911 / 956 420-0.

*Nettoprov. Verkauf MFH Deutschland 2019 (immobilienmanager Ausgabe 09/2020)

Erfahren Sie mehr
über unsere Leistungen.



Engel & Völkers Commercial Nürnberg
E + V Mittelfranken Immobilien GmbH
Telefon +49 911-956 420 0
NuernbergWGH@engelvoelkers.com
www.engelvoelkers.com/nuernbergcommercial

ENGEL & VÖLKERS
COMMERCIAL

Editorial



Ein absoluter Cocktail-Experte: Gianni Ripa stellt im „Gin & Julep“ seinen eigenen Gin her und ist auch begeisterter Sammler von Cocktail-Shakern. 400 Stück seiner etwa 700 Teile umfassenden Sammlung zieren ein Regal in seiner Bar in der Bindergasse 12 – ein Ausschnitt davon jetzt auch den Titel von „Nürnberg Heute“. Ripa ist einer von fünf Genuss-Handwerkern, die in einem Beitrag ab Seite 8 in der Winterausgabe porträtiert werden.

Foto: Katharina Pflug

Liebe Leserinnen und Leser,

Ende 2024 soll es so weit sein: Das dann vollständig sanierte Nürnberger Volksbad wird wieder zum Schwimmen und Erholen, aber auch zu Tagungen, Events oder Feiern einladen. Das historische Gebäude muss in den nächsten Jahren umfassend modernisiert werden. Viele Nürnbergerinnen und Nürnberger verbinden Erinnerungen mit dem ursprünglich 1914 eröffneten Bad. „Hier habe ich Schwimmen gelernt“, hört man immer wieder bei Rundgängen mit Bürgerinnen und Bürgern durch die althehrwürdigen Hallen. Die Geschichte des Schwimmbads, Details der Sanierung und auch persönliche Eindrücke finden Sie im Schwerpunktbeitrag der Winterausgabe von „Nürnberg Heute“.

Ein weiteres großes Bauprojekt in der Stadt findet gerade seinen Abschluss. Das Germanische Nationalmuseum hat sich unterirdisch vergrößert und ein Tiefdepot für die umfangreichen Museumsbestände angelegt, die nicht in den Ausstellungshallen zu sehen sind. Ein Beitrag des aktuellen Hefts gibt erste Einblicke in die neue Schatzkammer des europaweit bedeutsamen Museums. Nicht nur beim Bauen und Sanieren spielt Nachhaltigkeit eine immer wichtigere

Rolle. Ein Artikel stellt einige Unternehmerinnen und Unternehmer vor, die in ganz unterschiedlichen Geschäftsfeldern auf ressourcenschonendes Wirtschaften achten.

In einer weiteren Geschichte können Sie kulinarische Botschafter Nürnbergs kennen lernen, die vom frisch gerösteten Kaffee bis zur koreanischen Bowl Geschmackserlebnisse garantieren. Das Firmenporträt widmet sich dem Unternehmen Via Optronics, das Displays für Kameras und Computer, aber auch für Autos und Flugzeuge produziert. Außerdem erfahren Sie, wie sich die über 200 Jahre alte Sparkasse Nürnberg im Stadtleben engagiert. Unsere Bilder Geschichte zeigt eindrucksvoll, wie schön unsere Stadt auch bei Nacht ist.

Wir hoffen, Sie haben wieder viel Freude beim Lesen der aktuellen Ausgabe. Wir wünschen eine schöne, friedvolle Advents- und Weihnachtszeit und ein glückliches und gesundes Jahr 2022.

Ihre „Nürnberg Heute“-Redaktion

Inhalt

06 — PANORAMA

Christkind Teresa / Zukunft im Museum /
Café auf der Burg / Spenden für Stadtmauer

08 Genuss pur

Kulinarische Könner verwöhnen
ihre Kundschaft

14 Neues Leben in alten Hallen

Das modernisierte Volksbad öffnet
Ende 2024 wieder

24 — MENSCHEN

Brandmeisterin im Einsatz / Koch des Jahres /
Erfolgreiche Para-Olympioniken

26 Die Bessermacher

Nachhaltige Geschäftsideen, die ankommen

34 — REPORT

Graffiti verschönert Annapark / Sebalder
Pfarrhof in neuem Glanz / Stadtansichten
digital / Motto für Kirchentag / Edles Kunst-
werk

38 Alles im Blick

Via Optronics ist Spezialist für interaktive
Displays

42 Ein Hochhaus mit Tiefgang

Das neue Tiefdepot im Germanischen
Nationalmuseum

50 Gemeinwohl als Auftrag

Seit 200 Jahren engagiert sich die Sparkasse
Nürnberg

52 — BLICKPUNKT

Neue Halle für Sport und Events / Gerber-
haus lebt auf / Kunst hinterm Schließfach /
Enver-Şimşek-Platz

56 Stadt, Land, Nacht

Ein fotografischer Streifzug

62 — BÜCHER & MEHR

Fränkische Rezepte / Geschichte des
Nürnberger Christkinds / Mit Albrecht Dürer
auf Reisen / Jugendstil-Kalender

66 Impressum



Das Online-Angebot
rund um „Nürnberg Heute“:
nh.nuernberg.de

08

Der Geschmack zählt –
Genuss-Handwerker im
Porträt



42

Kunst zieht um – das neue Tiefdepot des
Germanischen Nationalmuseums



56

Nürnberg bei Nacht –
mit der Kamera unterwegs



14

Schöner Schwimmen im
bald neuen Volksbad



Ab in die Zukunft

Fliegende Autos und Roboter sind nur einige Attraktionen des neuen Zukunftsmuseums im Augustinerhof. Seit 17. September 2021 ist die Nürnberger Museumslandschaft um ein Glanzlicht reicher: Oberbürgermeister Marcus König und Bürgermeisterin Julia Lehner bestaunten beim Eröffnungsfestakt einen Globus, der aktuelle Satellitendaten übermittelt. Die Zweigstelle des Deutschen Museums München zeigt anhand von fünf Themenbereichen auf drei Ebenen die Zukunft von Technik und Naturwissenschaften.



Foto: Christine Dierenbach



Foto: Christine Dierenbach

Zum Kaffee ganz nach oben

Höchsten Kuchengenuss verspricht ein neues Café auf der Kaiserburg. Zum Abschluss der Sanierung von Nürnbergs Wahrzeichen haben im Oktober 2021 Sabine und Martin Rößler vom „Café Beer“ hier einen Ableger eröffnet. Touristen und Einheimische können täglich von 10 bis 16 Uhr im Tortenglück schwelgen. 26 Millionen Euro hat der Freistaat investiert, um von 2015 bis 2021 die Kaiserburg umzugestalten. Neben dem Café sind ein Betriebshof, der Kassenbereich mit Museumshop sowie Büroräume neu entstanden. Das gesamte Burgareal ist jetzt noch attraktiver.

Bensemman-Preis für Seedorf

Die niederländische Fußball-Legende Clarence Seedorf ist mit dem Walther-Bensemman-Preis 2021 geehrt worden. Die Auszeichnung der Deutschen Akademie für Fußball-Kultur erinnert an den Gründungsvater des „kicker“. Sie geht an Personen der Zeitgeschichte, die im Fußball für Pioniergeist, Fairplay und interkulturelle Verständigung stehen. Der heute 45-Jährige hat als einziger Spieler nicht nur die Champions League mit drei verschiedenen Klubs gewonnen, sondern auch den Kampf gegen Rassismus in Stadien und der Gesellschaft vorangetrieben. 2014 ernannte ihn die Uefa zum globalen Botschafter für Vielfalt und Wandel.



Foto: Jutta Missbach



Foto: Giulia Iannicelli

Christkind Teresa

Teresa Windschall ist das neue Nürnberger Christkind. Eine Jury wählte die 17-jährige Schülerin Anfang November für eine zweijährige Amtszeit 2021/22. Die vielseitig interessierte Gymnasiastin spielt Violine, aktuell fungiert sie als Konzertmeisterin des Orchesters der Wilhelm-Löhe-Schule. Nach der erneuten pandemiebedingten Absage des Christkindlesmarkts konnte das amtierende Christkind seinen berühmten Prolog auch nicht via Livestream in Funk und Fernsehen verkünden, versprühte aber in seinem digitalen Adventskalender mit 24 Videos sowie seinen Telefonsprechstunden Weihnachtszauber.

Jede Wette

Mit fast 14 Millionen Zuschauern war es das Fernsehereignis im ZDF und im deutschen Fernsehen der letzten Monate: Thomas Gottschalk hat am 6. November 2021 noch einmal „Wetten, dass...?“ moderiert. Aus Nürnberg, aus dem Messezentrum. Beste Werbung also für die Stadt. ABBA, Helene Fischer, Udo Lindenberg: Wenn Gottschalk ruft, kommen die Stars. Tolle Wetten bekamen die Zuschauer zu sehen. Und einen bestens gelaunten Moderator, der munter plaudernd durch die Sendung führte. War es wirklich das letzte Mal? Wie bei einer guten Serie blieb die Frage offen...



Foto: ZDF/Sascha Baumann



Prägendes Baudenkmal

Neben der Kaiserburg prägt die um die Altstadt verlaufende Stadtmauer das Nürnberger Stadtbild. Das vom Mittelalter bis ins 16. Jahrhundert geschaffene Baudenkmal bedarf einer Generalsanierung der äußeren Stadtgrabenstützmauer und des Laufertorturms, denn Verkehr, Frost und Salz haben ihre Spuren hinterlassen. Weil alleine für den ersten von mehreren Sanierungsabschnitten eine hohe sechsstelligen Summe nötig ist, bittet die Stadt um Spenden. Die Deutsche Stiftung Denkmalschutz beteiligt sich mit 70 000 Euro und unterstützt den Aufruf.

Text Katja Jäkel Fotos Katharina Pflug

GENUSS PUR

Geschmack ist ihr Erfolgsrezept: Kulinarische Handwerker wissen, wie sie ihre Kundschaft glücklich machen – mit Qualität und der besonderen Note. Reinbeißen, rumrühren und schmelzen.



ECKE FÜR ECKE

Kai Kufner, „Meister Kufner“



7 000 bis 8 000 Nussecken verlassen täglich den riesigen Backofen von „Meister Kufner“ in Großgründlach. Hinzu kommen

in der Wintersaison rund 15 000 Elisen-Lebkuchen und tausende Mozartkugeln. Und das alles in Bio-Qualität, nachhaltig, fair, unverpackt und vegan. Nur einen „Ausreißer“ gibt es bei „Meister Kufner“: die Nussecke Erdnuss-Salz-Karamell, die mit guter Butter hergestellt wird. Und mit der alles begann. Allerdings nicht in Nürnberg, sondern in Tansania.

Dort war er vier Jahre lang über die bayerische Landeskirche in der Entwicklungszusammenarbeit tätig, erzählt der heute 31 Jahre alte Chef der Nusseckenmanufaktur. In Ost-Afrika brachte er auch ein ganz besonderes Projekt auf den Weg: eine Bäckerei mit europäischen Backwaren als Ausbildungszweig im Usa River Rehabilitation & Training Center, einem kirchlichen Zentrum zur Ausbildung für junge Menschen mit Behinderung. „Unsere Nussecken machten wir aus Erdnüssen oder Cashews statt aus den üblichen Haselnüssen“, erklärt der gelernte Bäckermeister. Die süßen Teilchen entwickelten sich zum Kassenschlager – nicht nur im Center, auch die Touristen rissen Kufner diese förmlich aus den Händen.

Nach vier Jahren Tansania machte sich Heimweh breit. Kufner ging mit Ehefrau Grace zurück nach Nürnberg. Zunächst arbeitete er als Backstubenleiter in der Bäckerei „Hildes Backwut“. Aber seine Nussecken ließen ihm keine Ruhe: „Das musste doch auch in Deutschland klappen“, dachte Kufner. Anfangs buk er zweimal die Woche nachmittags in der „Backwut“-Backstube, Mitte 2019 war sie bereits zu klein für die Nachfrage. Durch Crowdfunding konnte er seine eigene Manufaktur in Großgründlach eröffnen, hat heute sieben Angestellte, zahlt fairen Lohn, achtet auf ein gesundes Arbeitsklima und zufriedene Mitarbeitende. Neben der Verwendung von Bio-Lebensmitteln sowie dem Verzicht auf tierische Produkte und Palmfett machte er sich



von Anfang an Gedanken, wie er möglichst wenig Müll produzieren könnte. Pfand-Mehrwegbehälter statt Einzelverpackungen aus Plastik waren ein erster Weg. Als sich der Verband der Unverpackt-Läden gründete, wurde „Meister Kufner“ Mitglied.

Heute bieten die „Unverpackt“-Läden seine Nussecken, Mozartkugeln und Lebkuchen in ganz Deutschland an. Dass „Meister Kufner“ für die Grünen seit 2020 im Nürnberger Stadtrat sitzt, war eine logische Konsequenz. „Ich will ein Vorbild sein für andere Firmen“, sagt er. Expandieren möchte der 31-Jährige nicht, sein Betrieb soll familiär bleiben. Aber einen Traum hat Kufner schon noch: „Ich möchte gerne den Weltrekord für die größte Nussecke brechen. Und diese dann auf dem Hauptmarkt bei einer Benefiz-Veranstaltung verkaufen.“ —



RÖSTFRISCH

Jörg Scheuffler, „Bergbrand“

Seine erste Tasse Kaffee fand Jörg Scheuffler einfach nur „schrecklich“. Seine Leidenschaft für Kaffee entwickelte er erst bei einem längeren Aufenthalt in Italien. Damals, als 19-Jähriger in Florenz, begann sich der Traum zu formen: ein Café zu führen. Und irgendwann einmal eine eigene Rösterei zu betreiben. Mit 34 Jahren, nach einer Lehre zum Hotelfachmann und darauffolgendem Diplom, eröffnete Scheuffler zunächst das „Di Simo“ am Trödelmarkt, es folgten Lokale in Amberg und am Tegernsee. Und zuletzt 2010 das Café „Bergbrand“ in der Weißberggasse mit der dazugehörigen eigenen Rösterei.

Geröstet wird in der Probat-Rösttrommel im traditionellen Trommelröstverfahren – mit viel Zeit und Liebe. Die hochwertigen Rohkaffees stammen vor allem aus Zentralamerika, aber auch aus Äthiopien und Kenia. „Die Qualität des Grundprodukts bestimmt den fertigen Geschmack“, sagt der 51-Jährige. Wobei der Geschmack für ihn nie ganz fertig

ist: „Das ist ja das Schöne, das Feilen am Röstprofil, bis sich die ganze Natur entfaltet, das Ausprobieren und neue Sorten Kreieren.“ Weil er sich auf das Rösten fokussieren wollte, hat sich Scheuffler von allen Lokalitäten bis auf das „Bergbrand“ getrennt.



15 verschiedene Sorten umfasst sein Sortiment, von „Ursprung“, der ersten Sorte, bis zu Kaffees, die er eigens für Nürnberger Restaurants, wie das „1515 Rhinocervs“, die „Etagé“ oder das „Ess.Brand“ entwickelt hat. Jetzt hat er wieder Luft und Lust, zu expandieren. Eine zweite Rösterei mit Schulungszentrum und Café soll gebaut, 2022/23 Eröffnung gefeiert werden. Allerdings will er nicht ins Unendliche wachsen: „70 bis 80 Tonnen Kaffee reichen pro Jahr, ‚Bergbrand‘ soll familiär bleiben“, so Scheuffler, der gerne etwas mit den Händen produziert. „Ein Büro-Job ist nichts für mich!“

Für neue Trends, wie das Revival des Filterkaffees, ist er offen, „aber Geschmacksverstärker oder gar Sirup kommt mir nicht in die Tasse!“. Das Rösten sei ein Handwerk, das man verstehen muss. Ökologische Landwirtschaft und faire Arbeitsbedingungen der Kaffeebauern sind die Voraussetzung. „Die kleine Kunst ist es, den Geschmack herauszuholen, der einen glücklich macht.“ Glücklich darf sich der „Bergbrand“-Kaffee-Trinker auch fühlen, weil er bei jeder Tasse etwas Gutes tut: 50 Cent pro Kilo Kaffee gehen an jährlich unterschiedliche Natur- und Artenschutz-Projekte, zuletzt engagierte sich der Röstmeister für die „Roten Pandas in Nepal“. —●

EDLER TROPFEN

Gianni Ripa, „Gin & Julep“

Warum seine Bar in der Bindergasse „Gin & Julep“ heißt? „Sicher nicht, weil ich dort hunderte von Gin-Sorten stehen habe“, sagt Gianni Ripa (47) und lacht. Sondern, weil Gin an sich für ihn die vielfältigste Spirituose ist, die wandelbarste – und eine der ältesten dazu. Die Historie ist es, die ihn fasziniert. So sehr, dass er, als er vor vier Jahren seine erste Bar eröffnete, bald darauf mit Gin-Tastings begann. Und vor ein paar Monaten seinen ersten, eigenen Gin auf den Markt gebracht hat: „Nvremberga Gin“ – hand-

gebrannt. Der Name stammt von der ersten urkundlichen Erwähnung Nürnbergs aus dem Jahre 1050. Eher zufällig kam Ripa auf die Idee zum Nürnberger Gin, der natürlich zum Großteil aus Wachholderbeeren, dazu einem Hauch Orangenzeste und zehn weiteren Kräutern, so genannten Botanicals, besteht. Reine Natur, keine synthetischen Stoffe: „Bei den Tastings brennen wir gemeinsam einen Gin, für den sich die Teilnehmer bis zu 25 Botanicals aussuchen. Dabei sind derartig gute Sorten entstanden, dass ich irgendwann die Rezepte mitgeschrieben habe“, sagt Ripa, der auch Edelbrand-Sommelier ist.

Den besten hat er kurz vor Weihnachten 2020 in braune Apotheker-Flaschen abgefüllt, mit selbstgemachten Etiketten geschmückt und via Facebook und Instagram als „Nvremberga Gin“ angeboten: „Ich hatte 100 Flaschen, binnen 48 Stunden kamen 980 Anfragen rein.“ Mitte Mai 2021 hat sich Gianni Ripa den Traum einer eigenen Destille, also einer Brennerei, erfüllt: Im Nebenhaus eröffnete er in Kooperation mit der Bäckerei „Hildes Backwut“ die „Nvremberga Gin Distillery & Bakery“, in der es neben seinem Gin „den besten Espresso der Stadt“ und diverse Backwaren gibt. Schon frühmorgens drängen sich die Leute in dem kleinen Laden, in dem auch eine Destille steht. Dort finden seine Tastings statt, dort brennt er auf Wunsch eigene Gin-Sorten.

Sein neuester Streich: der „Christkindlesmarkt Gin“ – mit dem offiziellen Christkind-Siegel der Stadt Nürnberg ausgezeichnet. „Ich habe mich wie verrückt gefreut, dass ich diesen Namen verwenden darf“, sagt er. Alle Jahre wieder soll es den „Christkindlesmarkt Gin“ geben – immer mit einem anderen Schwerpunkt. Weihnachten 2021 schmeckt sehr weich, nach Zwetschge, gerösteten Haselnüssen, Zimt, Spekulatius und Lebkuchengewürzen. „Diesen Gin muss man pur trinken“, empfiehlt Ripa, der sonst Gin nur mit Tonic trinkt. „Oder in dickflüssiger Trinkschokolade.“ —



BITTE MISCHEN

Sebastian Vasen, „KoBo“

„Umrühren bitte und zwar richtig“, befiehlt Sebastian Vasen freundlich. Appetitlich sieht diese Bowl aus: Duftender Jasminreis trifft auf fein-mariniertes, zartes Rindfleisch, getoppt von gehobelten Karotten, Frühlingszwiebeln, kombiniert mit säuerlichem Kimchi und einem sousvide-gegartem Ei. Es riecht köstlich. Und das soll jetzt einfach vermenschlicht werden? Inhaber Sebastian Vasen lacht und nickt. So entfaltet sich der Geschmack seiner „Korean Beef Bowl“ erst richtig. Vor fünf Jahren hat der 42-jährige Nürnberger die Erfolgsgeschichte von „KoBo – The Korean Beef Bowl“ gestartet: gesundes, bezahlbares und vor allem leckeres Streetfood auf Frankens Straßen zu bringen. „Ich hatte die Nase voll von Döner und Brötchen“, erzählt der frühere Prozessmanager, der sich nach langen Jahren des Angestelltendaseins für die Selbstständigkeit entschieden hat und gegen das Pendeln zwischen München und Nürnberg. Ein



Foodtruck sollte es werden. Mit lediglich einem koreanischen Gericht – damit gar keine Entscheidungsnot aufkommt. „Meine Frau und ich sind schon immer gerne koreanisch essen gegangen“, sagt Vasen. Allerdings in Berlin oder Frankfurt, in Nürnberg ist die koreanische Küche noch nicht großartig in der Gastro-Szene angekommen. Also begann der Nürnberger zu recherchieren, er probierte verschiedene Rezepte aus und testete sie an Freunden und Familie.

Das so genannte „Bibimbap“ (frei übersetzt „Reis mischen“), eigentlich ein klassisches Reste-Essen aus Reis und verschiedenem Gemüse, mit Tofu oder Rindfleisch sowie einem rohen oder gebratenen Ei gekrönt, das sollte, etwas abgewandelt, in seine Bowl. „Möglichst simple, wenige, aber gute Zutaten, am besten regional und koreanische Gewürze – das macht den Geschmack aus“, sagt er und fügt hinzu: „Ich kann die ‚KoBo‘-Bowl immer noch jeden Tag essen.“ Für einen ersten Test mietete der Gründer Standflächen auf Streetfood-Märkten in Nürnberg und München. Und traf mit seiner Bowl die Geschmacksnerven.

Gastronomisch sesshaft werden wollte Vasen nie, „ich will kein Restaurant“, sagt er. Er mag die Arbeit im engen, knallroten Trailer, der jeden Tag mittags an einem anderen Platz in der Region zu finden ist – sogar bei 40 Grad im Schatten oder im Winter bei Schnee und Eis. Lieber unabhängig bleiben und selbst entscheiden können, ob der kleine Food-Anhänger auf einem Festival parkt oder vor einer Bank. Heute stehen vor allem seine sechs Mitarbeiter im Trailer. Vasen arbeitet mehr im Hintergrund. Nach fünf Jahren sei es an der Zeit zu expandieren – und für ein paar weitere „KoBo“-Trailer in Deutschland. —————●





VON HELL BIS ROT

Stefan Stretz, „Schanzenbräu“

„Mach's halt besser!“, hatte ein Kumpel gesagt, als Stefan Stretz, damals Schüler am Dürer-Gymnasium, wieder einmal an einem Bier herummeckerte. Rund 30 Jahre später ist der heute 51-Jährige Chef der Brauerei „Schanzenbräu“ in Nürnbergs Westen. 70 000 Hektoliter Rotbier, rotes Weizen oder Pils, Helles und Kehlengold (ein goldfarbenes Bier zwischen hell und rot) werden hier pro Jahr gebraut. In fast 100 Kneipen kann man in der Region seine Biere trinken, darüber hinaus in fast 200 Getränke- oder Supermärkten kaufen. Eine echte Erfolgsgeschichte. Er grinst, zuckt mit den Schultern und sagt: „Ja, läuft gut. Es ist schon cool, wenn ich durch die Brauerei gehe und sehe, dass alles so funktioniert, wie ich es wollte.“

„Bierologie und Hektoliteratur“ wollte er studieren, erzählt Stretz und lacht laut. Aber nach dem Abi lernte er zuerst das Handwerk bei Tucher, ging dann in den 1990er Jahren nach Berlin, um Brauerei- und Getränketechnologie zu studieren. Das erste „Schanzenbräu“ produzierte er 2004 in einer Hinter-



hofwerkstatt in der Bärenschanzstraße: In ausgedienten Waschkesseln wurde eingemaischt, aufgesägte Bierfässer wurden zum Gärbottich umfunktioniert. Bis 2014 war das Bier nur ein Nebenjob, hauptberuflich arbeitete Stretz bei einer großen Reinigungsmittelfirma. Auch nach dem Umzug Auf AEG und der Erkenntnis, dass die Kunden sein Bier richtig gut finden. Stefans Bruder Robert stieg schließlich mit in die Firma ein. Als auch Auf AEG der Platz eng wurde, wagten die Brüder zwei Jahre später das große Abenteuer: Eine nigelnagelneue Brauerei auf der grünen Wiese in nur sieben Monaten hochzuziehen. „Bierbrauen ist Zeit und Temperatur“, erklärt der Braumeister, der alle Sorten nach dem Reinheitsgebot aus dem Jahre 1516 braut: „Nur vier Zutaten sind drin, Wasser, Malz, Hefe und Hopfen und dann wird in der Zusammensetzung variiert. Es ist echt crazy, was man mit diesen Rohstoffen alles anstellen kann!“ Riesige, silberne Tanks stehen zur Lagerung bereit.

Doch im größten Erfolg kam Corona und die Welt stand still. „Das hat mir große Angst gemacht“. Auf Stretz' Initiative hin schlossen sich neun Brauer und Vertreiber zur „Nürnberger Brau Gemeinschaft“ zusammen, um auf ihre Schwierigkeiten aufmerksam zu machen. Die ersten 40 000 Flaschen „Nürnberger Halbe“ waren in Nullkommanix weg. Im September wurde „Schanzenbräu“ der „World Beer Award 2021 (Germany) in Bronze für Rotbier und Helles verliehen. Läuft also. Nur ein Ziel hat der Vater von zwei Söhnen bislang nicht erreicht: ein alkoholfreies Bier zu produzieren, das nicht wie ein Alkoholfreies schmeckt. Sondern einfach wie „Schanzenbräu“. —●



Es wird Nürnbergs schönster Badetempel. Versprochen. Das neue alte Volksbad. 1914 eröffnet, galt es als das modernste Schwimmbad Europas. Nach 80 Jahren musste es schließen. Marode, unmodern, ungeliebt. Das wird sich ändern. Ende 2024 wird das Volksbad wiedereröffnet.



Text Andreas Franke Fotos Christine Dierenbach

Neues Leben in alten Hallen

„Vorübergehend geschlossen“. Wer bei Google „Volksbad Nürnberg“ eingibt, stößt auf diese verblüffende Meldung. Sie ist rot unterlegt. „Vorübergehend“ ist gut. Seit September 1994 kann in diesem städtischen Schwimmbad kein Badegast mehr seine Bahnen ziehen. Seit 27 Jahren ist das Volksbad geschlossen. Sehr zum Leidwesen vieler Nürnberger. Doch es gibt eine Perspektive.

„Merken Sie sich schon einmal den 14. Dezember 2024 vor.“ Joachim Lächele ist zuversichtlich: An diesem Tag – 30 Jahre nach der Schließung und 110 Jahre nach der feierlichen Eröffnung – wird das Nürnberger Volksbad wiedereröffnet und im neuen Glanz erstrahlen. Den Stadträtinnen und Stadträten im Bäderausschuss hatte der Projektleiter diesen Eröffnungstermin bereits im Juli 2021 in Aussicht gestellt. Damit wird ein neues Kapitel in der wechselvollen Geschichte des Bads aufgeschlagen.

Als das Volksbad am 2. Januar 1914 seine Pforten für die Bevölkerung öffnete, war es nicht nur das größte Hallenbad in Deutschland, sondern auch das modernste Bad in Europa. Gebaut wurde es in drei Jahren an der Rothenburger Straße, günstig gelegen, gleich neben dem Verkehrsknotenpunkt Plärrer. Bereits im Januar des Eröffnungsjahres kamen 35 000 Besucher, im März waren es bereits 58 000. 40 Pfennig kostete der Eintritt für Erwachsene. Der Zuspruch war enorm, der Bedarf in der Bevölkerung



Karina Hobuß (50, links) und Sandra Herrmann (30) haben eine der letzten Gelegenheiten genutzt, sich persönlich einen Eindruck vom alten Volksbad zu verschaffen. Die Kolleginnen arbeiten „nebenan“ bei der N-Ergie. Sie können direkt auf das altehrwürdige Bad schauen. Doch drinnen waren sie noch nie. Sie waren einfach neugierig, wie es innen aussieht. Im Oktober 2021 fanden die letzten Führungen statt. „Das wird bestimmt toll. Ich freue mich!“, sagt Hobuß beim Rundgang. „Von außen schaut das Gebäude verfallener aus als von innen.“ Beide sind begeistert von der historischen Architektur. Und beide wollen das Bad unbedingt besuchen, wenn es komplett saniert ist und wiedereröffnet wird.



Städtische Badeutensilien aus den 1920er Jahren: Handtuch, Herrenhose und roter Damenslip.

groß. Nur ging es der Stadt und den Besuchern nicht so sehr ums Schwimmen. Die Wohnverhältnisse und Hygienezustände in den Wohnungen waren erschütternd. Es gab dort keine Toiletten, kein fließendes Wasser. Durch die Industrialisierung explodierte die Einwohnerzahl.

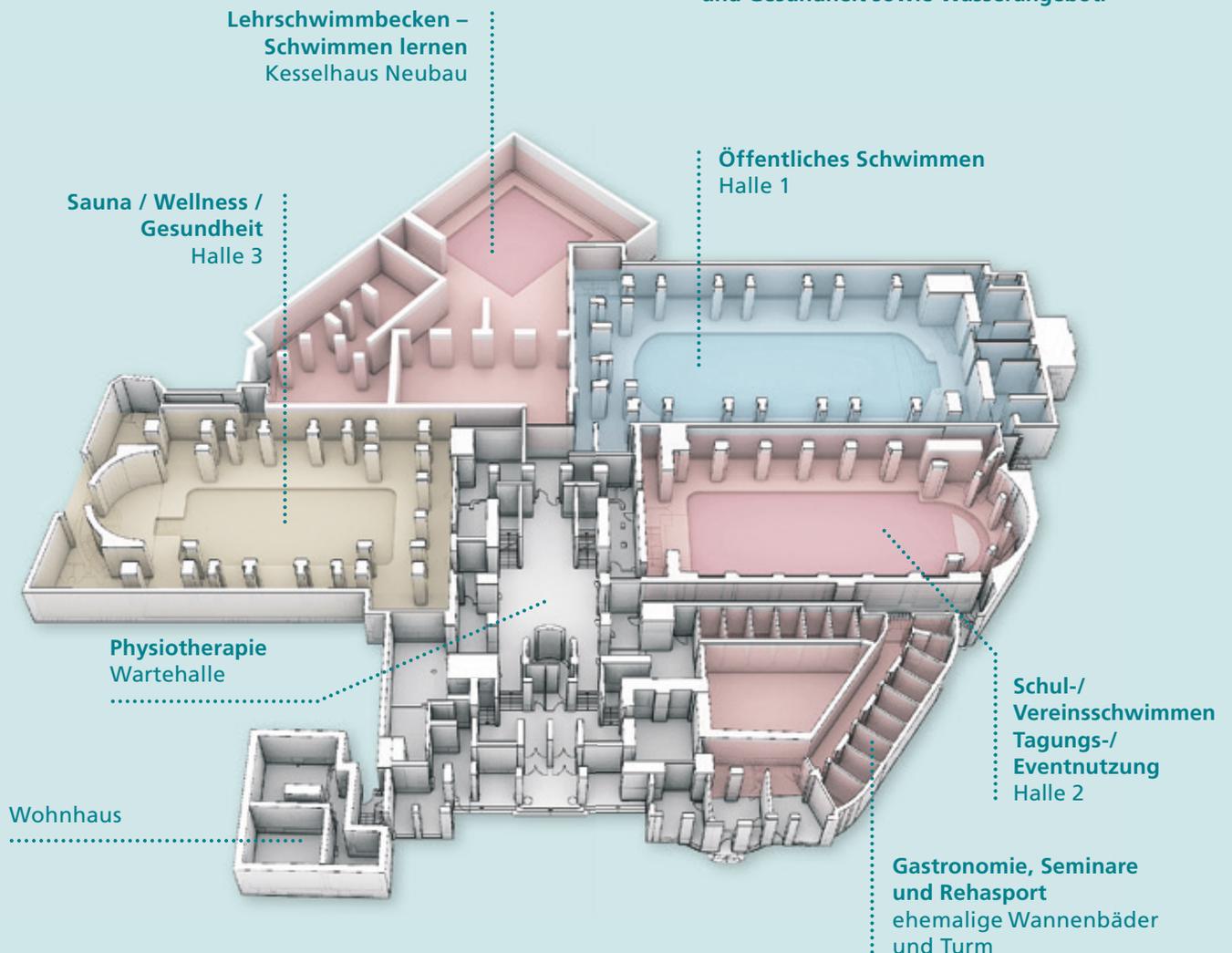
Waren es im Jahr 1850 rund 50000, stieg die Zahl innerhalb von 60 Jahren auf 350000 Nürnbergerinnen und Nürnberger. Das verschärfte die Wohnungsnot –

und Hygienezustände – noch. Alle großen Städte kämpften mit diesem Problem. Daraus entstand die Volksbadbewegung. Der Slogan: „Jedem Deutschen wöchentlich ein Bad.“ In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts entstanden zahlreiche Volksbäder, etwa in München, Magdeburg oder Berlin. Auch in Nürnberg gab es ab den 1870er Jahren erste Überlegungen für einen Bau. Doch es sollten bis zur Eröffnung noch fast fünf Jahrzehnte vergehen.

Das Nürnberger Volksbad war 1914 bestens ausgestattet. Und im Jahr 2024 werden die Besucher auch manches wieder vorfinden, nur eben auf modernstem Stand. Bei der Eröffnung im ersten Weltkriegsjahr konnten die Badegäste aus 66 Wannen- und 20 Brausebädern auswählen. Ein 20-minütiges Bad kostete zwischen 25 und 50 Pfennig. Drei Schwimmhallen – getrennt nach Frauen und Männern – boten ausreichend Wasserflächen.

Wo was hinkommt

So sehen die Planungen aus: Die beiden alten Männerhallen (1, 2) werden für Schul- und Vereinsschwimmen und öffentliches Schwimmen genutzt. Ein Lehrschwimmbecken entsteht, wo das alte Kesselhaus stand. Die frühere Frauenhalle wird zur Wohlfühlhalle mit Sauna, Wellness und Gesundheit sowie Wasserangebot.





Luca (10, rechts) und Julian (8) können es gar nicht abwarten, dass sie im modernen Volksbad schwimmen dürfen. Sie sind viel zu jung, als dass sie eigene Erfahrungen mit dem Bad haben könnten. Es schloss 1994. Da waren sie noch nicht auf der Welt. Beim Rundgang mit ihren Müttern wollten sich die beiden Jungs schon einmal einen Eindruck von dem Schwimmbad verschaffen. „Ich habe mich schon im Internet informiert“, sagt Luca. Sein Freund Julian betont: „Ich freue mich, wenn wir hier ins Wasser können.“ Nun müssen sie sich nur noch etwas gedulden.

Auch damals schon spielte Wellness eine wichtige Rolle. Schwitz- und Dampfbäder sowie Saunen dienten zur Entspannung. Wer wollte (und sie bezahlen konnte), gönnte sich eine Massage. Im Untergeschoss stand sogar ein Hundebad zur Verfügung. Und da Sauna und Schwimmen durstig und hungrig machen, gab es in dem riesigen, verschachtelten Badekomplex auch eine Gastronomie. Doch das Volksbad schrieb längst nicht nur Erfolgsgeschichten. Schon wenige Wochen nach Eröffnung musste es im August 1914 für einige Monate geschlossen werden. Grund: der Erste Weltkrieg. Danach war zunächst nur ein eingeschränkter Badebetrieb möglich. Die Hyperinflation 1923/24 sorgte für großen Besucherschwund, dafür wuchs das Defizit. Erst Anfang der 1930er Jah-

re erholte sich der Bäderbetrieb wirtschaftlich wieder. Ab 1933 verwehrten die Nationalsozialisten jüdischen Bürgerinnen und Bürgern den Zutritt zu den Schwimmhallen. 1942 gab es den ersten Bombentreffer, im Herbst 1944 musste das Bad komplett geschlossen werden. Nach Kriegsende nahm die Stadt Nürnberg es ab 1947 Stück für Stück wieder in Betrieb. 1953 kamen 600 000 Gäste.

Und dann machte sich die Stadt in den 1960er und 1970er Jahren selbst mit einer Reihe von neuen Schwimmbädern Konkurrenz. Das in die Jahre gekommene Volksbad war nicht mehr so attraktiv wie West-, Süd- oder Nordostbad oder gar das private Palm Beach in Stein. Pläne für eine Generalsanierung des Volksbads gab es schon, aber die prognostizierten

36 Millionen Mark schreckten den Stadtrat ab. Notdürftig – und mit lediglich sechs Millionen Mark – ließ die Stadt zwischen 1984 und 1988 das baufällige Schwimmbad renovieren. Aber eigentlich fehlte da bereits eine Perspektive. Erste Bereiche waren bald nicht mehr zugänglich. Das jährliche Defizit türmte sich auf zehn Millionen Mark. Wenige Besucher, hohe Betriebskosten, keine Parkmöglichkeiten, leere Kassen: Im September 1994 war endgültig Schluss. Nach 80 Jahren.

Es gab danach noch einige Zwischennutzungen: Technopartys wurden gefeiert, Fotos geschossen, Modenschauen organisiert. „Letztlich half die ganze Historie diesem besonderen Ort wenig“, erklärt Bürgermeister Christian Vogel. Er ist seit vielen Jahren für den städtischen Bäder-

Das Volksbad im Spiegel der Zeit



© StadtAN A 34 Nr. 1949

1913 So sah das Bad kurz vor seiner Eröffnung von außen aus.



© StadtAN A 38 Nr. D-123-7

1914

Der Badetempel wird eröffnet, 35000 Besucher kamen im ersten Monat.

1954 Nach Krieg, Zerstörung und Sanierung erlebt das Volksbad eine neue Blüte. Die Zahl der Besucherinnen und Besucher schnell wieder in die Höhe.



© Hagen Gerullis / VNP

1994

80 Jahre nach der Eröffnung wird das Volksbad geschlossen. Es folgen Partys statt Schwimmunterricht.



© Sportfoto Zink

2014

20 Jahre nach der Schließung findet ein Fotoshooting mit Sportlerinnen statt.



© Fritz Planung GmbH

2024 Ende des Jahres soll es so aussehen. Auch Tagungen und Feste sind dann möglich.



Viele schöne Details gibt es im Volksbad. Der Denkmalschutz hat ein Auge drauf.

betrieb zuständig – und hat maßgeblich dazu beigetragen, dass das Haus nun wieder eine Perspektive hat. „Die Sehnsucht der Nürnbergerinnen und Nürnberger nach dem Volksbad war damals – und ist heute ungebrochen“, so Vogel. Daher hat er – trotz vieler Warnungen – 2015 das Projekt in die Hand genommen und seitdem vorangetrieben. Am Ende konnten er und die Planer, auch mit einer Machbarkeitsstudie, den Stadtrat überzeugen, im Oktober 2020 einer Wiedereröffnung zuzustimmen.

Geholfen hat da sicher auch die Zusage durch den bayerischen Ministerpräsidenten Markus Söder, dass der Freistaat 18 Millionen Euro beisteuern wird. Diese setzen sich aus Landesmitteln für Schulschwimmen, Denkmalpflege und Städtebau zusammen. Auch Fördermittel des Bundes aus dem Städtebau in Höhe von acht Millionen Euro sind fest mit eingeplant. 55,6 Millionen Euro, so die Planung, soll das Gesamtprojekt kosten. Es gibt mehrere Gründe, das Bad wieder zu

reaktivieren, erläutert Vogel. „Wir wollen Altes bewahren und Neues gestalten. Wir werden den Schulen und Vereinen deutlich mehr Wasserflächen bieten, aber natürlich auch der Öffentlichkeit. Wir betreiben zugleich ein Stück Stadtreparatur, weil auch das Umfeld des Volksbads deutlich aufgewertet wird. Und wir schaffen im städtischen Volksbad auch einen neuen Veranstaltungsort.“

„Das ist ein Gebäude von überregionaler Bedeutung. Es ist wert, erhalten zu werden“, betont Nikolaus Bencker, langjähriger Leiter der unteren Denkmalschutzbehörde der Stadt Nürnberg, in einem Film der Medienwerkstatt. Es sei ein „stillgelegtes Kleinod“. Es war, so Bencker, „eine Minute vor Zwölf, die letzte Chance“ für das denkmalgeschützte Gebäude. „Ich freue mich, dass wir das Volksbad revitalisieren können“, sagt Oberbürgermeister Marcus König. Für ihn ist es wichtig, dass mit dem zusätzlichen Angebot an Becken auch wieder mehr Kinder Schwimmen lernen können.



So oft ist Erika Distler in ihrem Leben schon am Volksbad vorbeigefahren. Drinnen war sie aber noch nie. Zusammen mit ihrem zweijährigen Sohn Mika hat sie einen der heiß begehrten Plätze für eine der letzten Führungen ergattert. „Ich habe im Radio davon erfahren, dass man noch einmal hineinschauen kann“, sagt die 38-jährige Kunstinteressierte. Die letzten Spuren des Jugendstils faszinieren sie besonders. Mika erkundet derweil die leeren Schwimmbecken. „Wir werden definitiv kommen, wenn das Volksbad fertig ist“, verspricht Distler.



Deutliche Ansage: erst duschen, dann ins Schwimmbecken.

Armin Hofmann weiß noch ganz genau, wie es im Volksbad der 1960er Jahre war. „Ich habe hier Schwimmen gelernt“, erinnert sich der 62-Jährige. „Das muss im Jahr 1968 gewesen sein. 3. Klasse, Frau Schneider.“ Er steht in einer der Männerhallen. Alte Bilder tauchen vor seinen Augen auf. „Wir haben besondere Übungen am Geländer gemacht.“ Seit Jahrzehnten ist Hofmann erstmals wieder hier, hört aufmerksam bei der Führung zu. Auch für ihn steht fest: „Wenn das Bad saniert ist, komme ich spätestens wieder.“

Einer, der nun die Zukunft maßgeblich mitgestaltet, ist der erfahrene Projektleiter Joachim Lächele. Es wird wieder drei verschiedene Schwimmhallen geben. In der früheren Männerhalle 1 wird öffentliches Schwimmen angeboten mit insgesamt vier Schwimmbahnen, davon zwei 25-Meter-Bahnen für die Freizeitschwimmer. Hinzu kommen ein separater Kleinkinderbereich auf zwei Etagen und eine Liegezone. Die alte Männerhalle 2 und das neue Lehrschwimmbecken an Stelle des alten Kesselhauses sind vor allem für die Schulen und Vereine vorgesehen. Ein Hubboden hilft, am Wochenende aus dem Becken ein Nichtschwimmerbecken für eine öffentliche Nutzung zu machen.

In der früheren Frauenschwimmhalle wird es künftig einen Schwerpunkt Sauna, Wellness und Gesundheit geben. Dazu zählen ein Warmbecken mit Sprudelliegen, Massagedüsen und ein Rondell mit Sitzbank, Liegebereich, Dampfbad, Aufgussaunen und ein Ruheraum mit Licht- und Klanginstallationen. „Im Ober-

geschoss im historischen Kuppelraum wird es ein Hamam geben“, freut sich Lächele. Besucherinnen und Besucher kommen über diese Halle auch in den Bereich Physiotherapie. Es wird auch eine Dachterrasse als Abkühl- und Liegebereich entstehen. Außerdem wird es eine attraktive Gastronomie für die Saunagäste geben. Die Gastronomie steht auch den Besuchern des öffentlichen Schwimmens und für die nichtbadende Öffentlichkeit zur Verfügung und erhält eine Dachterrasse.

Ins künftige Volksbad werden die Besucherinnen und Besucher entweder über den bisherigen Haupteingang an der Rothenburger Straße kommen oder von Norden (hier ist mit der N-Ergie ein Parkhaus geplant). In der großen Eingangshalle wird der hölzerne Kassen-Einbau wieder als Hauptkasse verwendet. Die Sauna-Gäste können sich in hochwertigen Umkleiden im historischen Ambiente mit einer alten Holzkassettendecke umziehen. Der Bereich der ehemaligen Wannensäler kann zusammen mit der

ehemaligen Männerhalle 2 (auch dank des Hubbodens) zudem für Tagungen, Feiern oder Kongresse genutzt werden. Hier gibt es Anschluss an die Gastronomie. Zudem wird in diesem Trakt auch ein Sportstudio für den Rehasport einziehen. „Bei allen Planungen und Ausführungen berücksichtigen wir nicht nur die Anforderungen des Denkmalschutzes, sondern auch der Barrierefreiheit, des Artenschutzes an der Fassade, den Brandschutz, die Akustik sowie der Energieeffizienz, Ressourcenschonung und der Nachhaltigkeit“, betont Lächele. Ein weiteres Versprechen gibt der Projektleiter: „Es werden die gleichen Eintrittspreise gelten wie bei unseren anderen städtischen Bädern.“ 2024 dürfte auch bei Google wieder stehen: geöffnet. ■

➔ **Bildergalerie unter www.nh.nuernberg.de**



Ihr kompetenter Partner in Sachen Datenschutz!

Unser **PRINZIP**: Sie erledigen die Geschäfte – wir den Datenschutz.



Webseiten-Check

Hieb- und stichfest – so wird Ihre Webseite DSGVO-konform.



Datenschutz-Check

Analysieren statt probieren – der DSGVO-Check vom Profi.



Datenschutz-Beratung

Wir helfen Ihnen aus dem Datenschutz-Dschungel.



**DATENSCHUTZ
PRINZ**

www.datenschutz-prinz.de

Datenschutz PRINZ Ein Service der Prinz Service & Entwicklung GmbH

Telefon: 091 22 / 6 93 73 02, E-Mail: info@datenschutz-prinz.de



**Wohnungsbau-
gesellschaft mbH**

**Zu bunt?
Wir haben es
auch einfarbig.
Rufen Sie uns an.**



gut und sicher wohnen



Tel.: (0911) 810 22 80
Fax: (0911) 810 22 819
info@ideal-wohnbau.de
www.ideal-wohnbau.de

Hersteller exklusiver Weihnachtsbackwaren seit 125 Jahren



**Lebkücherei
WOITINEK**

Bernd & Pia Woitinek



**Lebkuchen
Fabrikverkauf**

Oktober bis Dezember

Nürnberg - Südstadt
Peter Henlein Str. 1

Oktober:

Mo.-Fr. 10:00-18:00 Uhr

Samstag 9:00-13:00 Uhr

November / Dezember:

Mo.-Fr. 9:00 - 18:00 Uhr

Samstag 9:00- 13:00 Uhr

Parkplatz im Hinterhof
(Peter Henlein Straße 7-9)

Peter Henlein Str. 1-7 · 90443 Nürnberg · Tel.: 0911 / 414221 **Online-Shop:** www.woitinek.de · lebkuchen@woitinek.de



INSTITUTE FOR SUSTAINABILITY

„Dauerhafte Entwicklung ist Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, dass künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können.“

WCED (Brundtland-Report), Unsere gemeinsame Zukunft, 1987

**Nachhaltigkeitsberichterstattung, Ökobilanzierungen,
Schulung, Forschung und Beratung**

Institut für Nachhaltigkeit - Institute for Sustainability

Königstr. 72 · 90402 Nürnberg

Mobil +49 (0) 160 / 98 75 87 85 · Mail info@nachhaltigkeit2050.de

www.nachhaltigkeit2050.de

EINFACH
AUSPROBIEREN!

AUSWAHL AUS
200
ATTRAKTIVEN
ZEITSCHRIFTEN

WEIHNACHTS-
GESCHENKGUTSCHEIN

50
Euro

75
Euro

100
Euro



AKTION WEIHNACHTSFEST LESEFREUDE SCHENKEN

Die **Geschenkidee** für die kalte Jahreszeit. **Lesefreude** zu Weihnachten!
Auf unserer Webseite erhalten Sie eine Vielzahl von Geschenkkarten, ideal
für besondere Anlässe. Der Beschenkte kann sich aus
unserem **umfangreichen Zeitschriftenprogramm**
seine persönlichen Lieblingstitel aussuchen.



Weitere Informationen
im Web über den QR-Code
zu erreichen und direkt über

www.doersch.de/zeitschriften/geschenkaboo.php

SUPPORT

Tel. 0911/5201320

Unser Kundenservice ist für Sie
da und berät Sie gerne.
Rufen Sie uns an.

Regenwetter? Ab ins Museum!



RömerMuseum | Kastell *Biriciana*
Bay. Limes-Informationszentrum
Römische Thermen | Wülzburg
ReichsstadtMuseum



MUSEEN
WEIßENBURG

Geschichte hautnah erleben

BadeGeflüster | MuseumsGeplauder
UNESCO-Welterbe Limes
Antike Badekultur
Zeit der Freien Reichsstadt
Leben eines Soldaten
Entdeckerheft | Forscherbogen
Führungen | Workshops



Museen Weißenburg

09141-907 189 | museum@weissenburg.de

www.museen-weissenburg.de



Schöne Dinge aus Holz, Keramik und Textil

Mo 10:00 -16:00

Di - Fr 10:00 -18:00

Zerzabelshofer Hauptstr. 1 90480 Nürnberg 0911 217 144 77 www.goldbach-werkstatt.de

GOLDBACH WERKSTATT LADEN

Frau an der Spitze der Feuerwehr

Mit Claudia Herzog übernimmt erstmals in Bayern eine Frau das Ehrenamt der Stadtbrandrätin. Claudia Herzog ist seit September 2021 Kommandantin der Freiwilligen Feuerwehr Nürnberg und ihrer rund 350 aktiven Mitglieder. In der Funktion der Stadtbrandrätin vertritt sie gemäß dem Bayerischen Feuerwehrgesetz auch die gemeinsamen Belange der ehrenamtlichen Wehren im Stadtgebiet gegenüber Oberbranddirektor Volker Skrok, dem Leiter der Berufsfeuerwehr Nürnberg. Sie ist für sechs Jahre gewählt und folgte auf den bisherigen Amtsinhaber, ihren Mann Günter Herzog, der mit dem Erreichen der Altersgrenze seine Ämter niederlegte.



Foto: Christine Dierenbach



Foto: Rainer Balendat

Musik, Musik!

Rainer Kotzian ist seit 1. Oktober 2021 Präsident der Hochschule für Musik Nürnberg, an der er seit 2017 als Vizepräsident wirkte. Der Professor für Elementare Musikpädagogik folgt auf Christoph Adt, der in den Ruhestand tritt. Kotzian, 1977 in Wels in Österreich geboren, ist Mitglied in Big-, Brass- und Rockbands und hat als musikpädagogischer und Orff-Experte zahlreiche Publikationen und Tonträger veröffentlicht. An der staatlichen Hochschule sind rund 400 Studierende in über 50 Bachelor- und über 20 Masterstudiengängen eingeschrieben.

Einer der Besten

Große Ehre für große Kochkünstler: Das Magazin „Der Feinschmecker“ hat den Nürnberger Andree Köthe zum Koch des Jahres 2021 gekürt. Mit ihrem Restaurant „Essigbrätlein“ seien Köthe und sein Kompagnon Yves Ollech „dem kulinarischen Zeitgeist immer eine Nasenlänge voraus“, begründet das Magazin seine Wahl. Regionales Gemüse und vergessene Kräuter verarbeitet das Team des Zwei-Sterne-Hauses auf Spitzenniveau und sammelt dafür seit etlichen Jahren gastronomische Auszeichnungen ein.



Foto: Michael Matejka

Ausgezeichnete Athleten

Geballte sportliche Kompetenz im Rathaus: Mit Taliso Engel (sitzend), Matthias Schindler (2. v. re.) und Thomas Steiger (re.) begrüßte Oberbürgermeister Marcus König am 19. Oktober 2021 gleich drei erfolgreiche Teilnehmer der Paralympics in Tokio im Schönen Saal. „Ihre außerordentlichen Leistungen sind nicht nur Ansporn für viele Menschen, sie sind auch gut für das Image der Stadt Nürnberg“, sagte König. Schwimmer Engel (Weltrekord und Goldmedaille) und Radsportler Schindler (Bronzemedaille) durften sich ins Goldene Buch der Stadt eintragen. Goalballer Thomas Steiger wurde von seinem Teamkollegen Fabian Diehm (li.) begleitet.



Foto: Christine Dierenbach

GESTORBEN

Sergej Kowaljow, der erste Preisträger des Internationalen Nürnberger Menschenrechtspreises, ist am 9. August 2021 im Alter von 91 Jahren verstorben. Der russische Bürgerrechtler und ehemalige Dissident hatte die Auszeichnung 1995 für sein Engagement gegen den Tschetschenien-Krieg erhalten. Seit den 1950er Jahren war der Biologe einer der Anführer der Demokratiebewegung in der früheren Sowjetunion.

Der Unternehmer **Helmuth Schaak**, seit 2005 Bürgermedaillenträger der Stadt Nürnberg, ist am 19. August 2021 im Alter von 97 Jahren gestorben. 1963 übernahm er die Leitung des international tätigen Familienunternehmens Leistritz. Er stand mehr als 40 Jahre an der Spitze der auf Turbinen-, Pumpen-, Extrusions- und Produktionstechnik spezialisierten Leistritz AG und war ein Botschafter des Wirtschaftsstandorts Nürnberg.

Im Alter von 83 Jahren ist **Lothar Wittmann**, Bürgermedaillenträger 2008 der Stadt Nürnberg, am 30. August 2021 gestorben. Der in Nürnberg geborene Elektroingenieur war ein Vorreiter elektronischer Medien für Seniorinnen und Senioren. 2000 wurde er zum 1. Vorsitzenden des Computer Clubs Nürnberg 50plus gewählt. Der Verein ermöglicht älteren Menschen den Zugang zu den neuen Medien und zur elektronischen Kommunikation.

Der Motorsportler und Bürgermedaillenträger 2006 der Stadt Nürnberg, **Gernot Leistner**, ist am 29. September 2021 im Alter von 87 Jahren verstorben. Leistner war zunächst bei Motorrad- und später bei Autorennen erfolgreich und gewann mehrere Goldmedaillen. Von 1962 bis 2007 war er Rennleiter beim DTM-Rennen auf dem Norisring. Den Motorsport-Club Nürnberg leitete er ab 1978 als 1. Vorsitzender, 1984 wurde er Ehrenmitglied.

Text Annamaria Böckel, Markus Jäkel
Fotos Mile Cindrić

Die Besser- macher

Ob Bälle, Schmuck oder Reisen – all das geht auch fair. Kreative Köpfe punkten mit nachhaltigen Geschäftsideen. Sogar Abfälle mausern sich zum modischen Must-have.





Fair Play gegenüber den Produzenten

gen Waren produziert werden, ist ein Baustein auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit. Die Bad Boyz Ballfabrik ist eines der vielen Unternehmen, Lokale und Geschäfte, die das Thema zu ihrer Sache gemacht und dazu beigetragen haben, dass der deutsche Nachhaltigkeitspreis in der Kategorie der Großstädte 2016 nach Nürnberg ging. Die Sportbälle entstehen im pakistanischen Sialkot, dem Zentrum der weltweiten Fußball-Produktion: 700 Hersteller fertigen dort jährlich bis zu 70 Millionen Fußbälle – auch für alle großen Sportmarken.

„Wenn man allerdings sieht, dass dort Näher wie im Mittelalter in einem sechs Quadratmeter großen Raum ohne Fenster und Kanalisation bei 50 Grad arbeiten, will man da nicht mehr mitmachen“, sagt der im Sporthandel gelernte Industriekaufmann. Sein unternehmerisches Credo deshalb: eine soziale Produktion, die faire Arbeitsbedingungen samt Sozialleistungen garantiert. Und die ein ökologisches Bewusstsein, sprich keine Verwendung von Weichmachern oder Schadstoffen, mit guter Qualität verbindet – der Bad-Boyz-Matchball ist Fifa-zertifiziert.

„Ein Hauptaugenmerk gilt dem Fair Play gegenüber unseren Lieferanten und Produzenten in Pakistan“, sagt Weber. Alles wird entsprechend kontrolliert. Damit

will Weber zeigen, dass sich Nachhaltigkeit und Unternehmertum nicht ausschließen: „Und sich auch rechnet. Pro Jahr verkaufen wir rund 50 000 Bälle, der Umsatz liegt bei einer halbe Million Euro im Jahr, plus minus.“ Seit 2014 ist das Familienunternehmen, das von der heimischen Wohnung in Thon aus betrieben wird, am Markt. Tochter Alena Weber leitet die Firma, Gründer Robert Weber ist für Marketing und Vertrieb zuständig, Ehefrau Judith für Finanzen und Backup-Office. Dazu kommen noch ein Lagermitarbeiter und zwei ausgelagerte Grafikerinnen, die den Bällen das von den Kunden gewünschte Design verpassen. Das Produktprogramm umfasst Fußbälle für Match, Training und Freizeit, Handbälle für Match und Training sowie Volleybälle für Training und Freizeitbereich. „Preislich liegen wir nahezu auf dem Niveau der großen Markenhersteller, ein fairer Ball ist nicht viel teurer“, sagt Weber. Der Matchball wird für 120 bis 150 Euro verkauft, der Trainingsball kostet 29,95 Euro.

Das Geschäft läuft vor allem online. Ein wichtiges Standbein sind Rahmenverträge mit Städten und Kommunen, die im Schulsport ihr Sortiment auf Fair-Trade-Bälle umstellen. Erster Großkunde im Jahr 2014 war die Stadt München, andere Städte zogen nach: Seit Frühjahr 2019 gibt es auch einen Rahmenvertrag mit der Stadt Nürnberg. Gerade auch mehr

Fair Play ist im Fußball längst Ehrensache. Fairtrade dagegen steckt in den meisten Ballsportarten noch in den Kinderschuhen. Das will Robert Weber mit seiner Bad Boyz Ballfabrik e.K. ändern. Er bietet ein komplettes Programm an fairtrade-zertifizierten Sportbällen an. „Auch ein Ball kann fair sein und ich finde, er muss es heutzutage auch“, sagt der 63-Jährige. Für diese Botschaft wird er nicht müde zu werben – sowohl bei der Vermarktung der Geschäftsidee als auch auf der Firmenhomepage.

Webers Engagement passt gut nach Nürnberg, das sich schon seit Jahren für den fairen Handel stark macht. Genau hinzusehen, unter welchen Bedingun-

Nur recyceltes Edelmetall



und mehr Fußball-Vereine greifen zu Bad-Boyz-Bällen für Training und Wettkampf, aber auch große Industriekunden nutzen sie als nachhaltiges, trendiges Werbemittel. „Mund-zu-Mund-Propaganda ist für uns die beste Werbung.“ Zwar liege der Marktanteil bei 0,1 Prozent, weil viele doch noch die großen Marken im Kopf hätten: „Aber unsere Tendenz ist steigend: 2015 hatten wir zwei kommunale Anfragen im Monat, heute sind es zehn am Tag“, sagt Weber.

Die Kunden von Anne Fischer und David Dott stoßen häufig ganz zufällig auf Messen oder in Galerien auf deren nachhaltige Schmuckstücke. Andere kommen gezielt in ihr Atelier in der Nürnberger Südstadt. Allen gemeinsam ist, „dass sie einen Blick für Dinge haben, die nicht von der Stange kommen“, sagt David Dott. Wann sie begonnen haben, sich verstärkt mit dem Thema Nachhaltigkeit zu beschäftigen, können Anne Fischer und David Dott nicht mehr genau sagen. Eigentlich liege das Thema schon

in ihrem Beruf begründet, meinen die Silberschmiedin und der Goldschmied. Denn häufig werde alter Schmuck vererbt, verändert und wiederverwendet.

Doch wer neue Edelmetalle verarbeitet, müsse sich schon fragen, wo und unter welchen Bedingungen das Rohmaterial gewonnen wurde. „Für ein Gramm Gold muss eine Tonne Gestein abgebaut werden“, erklärt Anne Fischer. Daher war für sie und David Dott, mit dem sie privat und beruflich ein Paar bildet, bei der Entwicklung ihrer eigenen Schmucklinie klar: „Das geht nur mit recyceltem Gold und Silber.“ Im Namen Cutschmuck steckt schon das Programm ihres 2015 gegründeten Labels. Statt Edelsteine einzuarbeiten, zeichnen sie Facetten geschliffener Steine in erhabenen Linien auf Ohrringen, Ringen oder Halsschmuck nach. So wird beispielsweise das filigrane Muster des Emerald Cut, mit dem Smaragde oft versehen werden,



auf einem achteckigen Anhänger viel klarer sichtbar.

Die beiden Künstler, die sich beim Studium an der Akademie der Bildenden Künste kennengelernt haben, verfolgen jeweils noch eigene Projekte: Anne Fischer gestaltet Gefäße und Besteckunikate aus Silber. David Dott widmet sich Bronzeskulpturen. In der gemeinsamen Schmucklinie ist es ihnen wichtig zu zeigen, was hinter dem Funkeln schönen Schmucks steckt. Ihrer Arbeit liegt die Kreislaufwirtschaft zugrunde, beginnend beim Kauf des Edelmetalls in einer süddeutschen Scheideanstalt, die ausschließlich auf Recycling setzt. Fischer und Dott geben dorthin auch den Abfall, der bei ihrer Produktion entsteht, oder Schmuck, den Kunden bringen, um sich etwas Neues anfertigen zu lassen.

Von Vergoldungen halten sie nicht viel, da sie sich mit der Zeit abnutzen und dann erneuert werden müssen, was dem Prinzip der Nachhaltigkeit widerspreche.



Verantwortlich für das eigene Tun

Stücke von Cutschmuck gibt es daher nur in Silber oder Gold – nichts, was man sich mal eben nebenbei gönnt. Doch David Dott erklärt: „Eine Arbeit, die hier gemacht wird und den Kreislauf schließt, ist kein Luxus, sondern hat einen langbleibenden Wert.“

Produkte, die lange halten, sich reparieren lassen und nicht schon nach kurzer Zeit ausgetauscht werden müssen, tragen zum nachhaltigen Wirtschaften bei. Oder Dinge, die nach dem Gebrauch nicht weggeworfen werden müssen, sondern ein zweites Leben bekommen. Magnus Hetz beispielsweise hat nichts dagegen, wenn seine Visitenkarten irgendwann so richtig schön schmutzig werden. Dreht man das Kärtchen aus weichem Karton um, findet man eine Handlungsempfehlung in drei Icons: Ab in die Erde damit, gut gießen und einer Pflanze beim Wachsen zusehen. Samenpapier, aus dem Kamillenstauden entstehen, legt der Gründer der nachhaltigen Marketingagentur media4nature auch seinen Kunden ans Herz. Genauso wie Papier aus Stroh und Gras oder mit hohem Baumwollanteil.

„Wir sind keine Papierhasser“, stellt er klar. Aber müsse es denn immer der la-

kierte Karton für den Geschäftsbericht sein? Auch mit Alternativen wie Prägungen oder Stanzungen lasse sich Aufmerksamkeit erzeugen. Immer mehr Agenturen entdecken derzeit Nachhaltigkeit als Thema, werben um Kunden, indem sie auf ihre eigene umweltbewusste Unternehmensführung verweisen. „Das reicht aus meiner Sicht nicht aus“, sagt Hetz. Vielmehr gehe es darum, die Kunden auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit zu beraten und zu begleiten.

Sein heutiges Arbeitsfeld wurde ihm fast schon in die Wiege gelegt. Als Sohn einer der ersten Bioladenbetreiberinnen in Nürnberg und eines Bankers hat er zunächst als Bankkaufmann und Unternehmensberater gearbeitet. Mit media4nature bringt er seit 2007 beide Welten zusammen. Manchmal begegnen ihm Skepsis oder sogar Ablehnung. „Sie wollen mir doch nur mein Auto verbieten“, hörte er unlängst bei einem Workshop für einen Neukunden. Darum gehe es ihm gar nicht. Aber um ernste Absichten der Unternehmen, für konventionelle Marketingmaßnahmen eine grünere Alternative zu finden. Und die kann oft sogar erfolgreicher sein. Ein Geschäftsbericht als E-Book oder interaktives pdf-

Dokument schont nicht nur Ressourcen, sondern erzeugt meist höhere Aufmerksamkeit als das allerorten ausgegebene Druckwerk. Im Direktmarketing setzt die Agentur Briefumschläge mit doppelter Klebelasche ein, die gleich wieder für den Rückversand genutzt werden können. Im dritten Einsatz werden sie zur Biomülltüte. Statt Plastikfenster im Umschlag ist es recycelbares Pergament.

Die meisten Kunden stehen in Sachen Nachhaltigkeit noch ganz am Anfang. Sie berät Magnus Hetz mit seinem Team aus vier festangestellten und etlichen freien Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nicht nur in Fragen des Green Marketing, sondern auch zu allen Nachhaltigkeitsaspekten. Ziel ist es, die richtigen ersten Schritte zu finden und anzugehen. Wenn der Agenturchef merkt, dass das Engagement nur dem „Greenwashing“ des Unternehmens dienen soll, lehnt er Aufträge auch einmal ab. Der Maßstab, den er an Kunden legt, gelte für jeden

In der Natur unterwegs



Nürnberger Reiseveranstalters. Die Anreise mit Zug und Fähre mit Zwischenstationen könne auch bei entfernteren Reisezielen selbst schon zum Urlaub werden.

Das Nachdenken über das eigene Verhalten war einst auch Ausgangspunkt seiner Geschäftsidee. „Als begeisterter Skifahrer habe ich den Massentourismus und seine negativen Auswirkungen kennengelernt“, erinnert er sich. Auf der Suche nach alternativen Angeboten nahmen Streicher und seine spätere Ehefrau Sybille 1994 die Sache selbst in die Hand – und entsprachen damit gar nicht dem gängigen Klischee der BWL-Studenten, die sie damals waren.

Auf dem Postweg vermittelten sie Reisen aus dem überschaubaren Kreis der naturverbundenen Tourismusanbieter. Später kamen eigene Arrangements dazu. „Bei uns gibt es Urlaub wie früher, als man noch viel in der Natur unterwegs war“, sagt Roland Streicher. Bestes Beispiel sind Wanderreisen im Piemont oder in Albanien mit Gepäcktransport oder die Erkundung der Vogesen mit einem PS – mit Planwagen und Pferd. Dass das gut ankommt, beweisen zahlreiche Auszeichnungen, die am Unternehmenssitz in Brunn an der Wand hängen, etwa des Magazins „Geo Saison“ für Reisen mit Kindern.

Nicht alle Ziele sind ohne Flug erreichbar, das wissen auch Sybille und Roland Streicher. Da die Anreise aber für bis zu 80 Prozent der gesamten CO₂-Belastung eines Urlaubs verantwortlich ist, haben sie 2004 die Initiative „atmosfair“ mitbegründet. Seitdem lässt sich für die

Treibhausgase, die Flug, Auto- oder Zugfahrt verursachen, ein Ausgleichsbeitrag spenden. Der fließt in Projekte, die an anderen Stellen der Welt wiederum CO₂ einsparen helfen.

7 000 Gäste waren vor Corona pro Jahr mit dem Nürnberger Veranstalter unterwegs. Entgegen aller Vorurteile ist ressourcenschonender Urlaub nicht teurer als ein Aufenthalt im Pauschalquartier. Die Unterkünfte sind schlicht bis schick, stets authentisch und mit herzlicher Betreuung. Die Verpflegung mit regionalen Produkten ist Teil des Konzepts. Die beiden Anlagen, die ReNatour auf Korfu betreibt, sind ausschließlich von lokalen Handwerkern saniert worden. Neben der Schonung der Umwelt ist ein weiteres Ziel des nachhaltigen Tourismus, in der Urlaubsregion Arbeitsplätze zu fairen Bedingungen zu schaffen und Gewinne vor Ort zu investieren.

Auch in der Firmenzentrale wollen Roland Streicher und sein Team Vorbilder in Sachen Nachhaltigkeit sein: Die Büromöbel sind überwiegend gebraucht angeschafft, der Strom ist öko und die Mitarbeiterinnen bedienen sich für den Bürosnack aus der Bio-Gemüsebox.

An Biolebensmittel denken wahrscheinlich die meisten, wenn sie sich Gedanken über das Thema Nachhaltigkeit machen. Doch wer überlegt sich bei seinen Yoga-Einheiten schon, worauf er oder sie gerade liegt? Dass der nachhaltige Lifestyle vor den Matten nicht Halt macht, dafür sorgt das Nürnberger Start-up hejhej. Weil es die Gründerinnen und praktizierenden Yogis Sophie Zepnik und Anna Souvignier extrem störte, dass ihre Matten aus Plastik waren, stiegen sie in die Produktion einer so genannten „closed-loop“-Version ein – aus recycelten Materialien und selbst

einzelnen: „Verantwortlichkeit für mein Tun zu übernehmen, das ist für mich Nachhaltigkeit.“

Diese Verantwortlichkeit wünscht sich auch Reiseprofi Roland Streicher von seinen Kunden. Das zwölfköpfige Team von ReNatour will niemandem vorschreiben, wie man ins Urlaubsparadies gelangt. „Die Kunden sollten sich aber darüber Gedanken machen“, sagt Roland Streicher. Die Welt erkunden, ohne der Umwelt zu schaden – geht das überhaupt? Zum Weihnachtsshopping nach New York oder übers Wochenende nach Mallorca sei keine gute Idee. „Fernreisen sollten etwas Besonderes bleiben“, sagt er. Es gebe so viel in Europa zu entdecken und das ohne Flug. Etwa die griechische Insel Korfu, einer der Schwerpunkte des



„Mit Crowdfunding und 300 Stück haben wir angefangen, 2021 werden es bereits rund 3 500 Matten sein“, sagt Zepnik. Der Verkauf läuft vor allem online, über die eigene Website. Aber auch in Concept-Stores sind die hejhej-mats zu bekommen. Jüngster Coup: Auch über Manufactum kann man das nachhaltige Produkt beziehen: „Das ist schon ein toller Werbeeffekt für uns“, sagt die 28-Jährige. Aus Schaumstoff-Resten wird eine hejhej-mat, die am Ende wieder recycelbar ist und keinen Müll verursacht – sie kann am Ende ihrer Lebensdauer kostenfrei zurückgeschickt werden. Pro Yogamatte werden etwa 1,5 Kilogramm Müll eingespart, erklärt Zepnik.

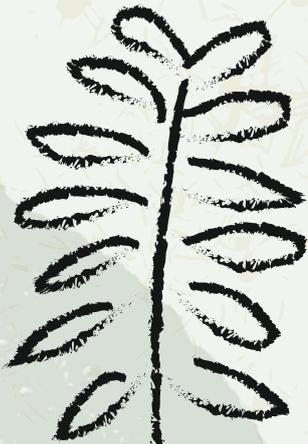
Produzieren lässt hejhej in der Oberpfalz, beim Versand arbeitet man mit der Lebenshilfe Nürnberg zusammen, dort wird auch das Logo aufgenäht. Ebenfalls mit einem Garn aus 100 Prozent Biobaumwolle. „Das war gar nicht so einfach zu kriegen. Aber es ist uns wichtig, nur etwas auf den Markt zu bringen, was auch 100 Prozent nachhaltig ist“, sagt Zepnik. Es werden ausschließlich recycelte Verpackungen für den Versand verwendet und innerhalb Deutschlands werden die hejhej-mats klimaneutral verschickt. „Wir arbeiten so lokal wie möglich, damit die Wege kurz bleiben“, sagt sie. Auch hier zählt der ökologische Fußabdruck.

Aus dem Start-up ist längst eine GmbH geworden. Die Produktpalette ist erweitert um eine Tragetasche, ein Kissen und einen Gurt. Jüngster Neuzugang: ein Yoga-Block zum Meditieren und Entspannen. „Wir wollen weiter wachsen“, gibt sich Zepnik selbstbewusst. ■

So lokal wie möglich

wieder zu 100 Prozent recycelbar. Abfallprodukten aus der Schaumstoffindustrie haucht hejhej so neues Leben ein. „Unser Firmenname kommt vom schwedischen ‚Hallo‘ und zielt darauf ab, Müllreste in ihrem neuen Produktleben zu begrüßen“, sagt Sophie Zepnik.

Im schwedischen Malmö hatten beide auch während eines Studienaufenthalts 2017 ihr Erweckungserlebnis: In einer Ausstellung hielt eine Künstlerin den Yogis mit Blick auf Plastikmatten den konsumkritischen Spiegel vor. Kurz darauf war noch während ihres Masterstudiums in Nachhaltigkeitsmanagement ihre Geschäftsidee geboren: „An Nachhaltigkeit wird keiner mehr vorbeikommen“, ist Zepnik überzeugt. Dass es geht, zeigen die Jungunternehmerinnen: Seit Ende 2018 sind ihre Matten mehr als nur begehrt Accessoirs.





FARCAP
Faire Mode

Öffnungszeiten
Mo - Fr: 10 - 19 Uhr
Sa: 10 - 16 Uhr

Gustavstraße 31
90762 Fürth
www.farcap.de

Hierpage
Hauptstadt der Mode



Restaurant & Garten
alla turca

Johannisstraße 83 ~ 90419 Nürnberg
Telefon: 0911 - 556260
www.alla-turca-nuernberg.de
Di. - Sa. ab 18.00 Uhr



Bio-Laden Brot Gebäck Snacks in Gostenhof

ökologisch. regional. fair

Kernstraße 36, Nürnberg
Tel. 0911 - 928 99 733



René Felzmann
IMMOBILIEN GmbH

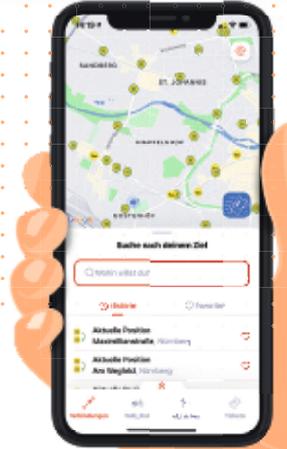
SIE WOLLEN IHRE IMMOBILIE VERKAUFEN?

- ✓ Kostenlose Online-Bewertung
- ✓ Verrentungsoption
- ✓ direkter Ankauf
- ✓ Privat- oder Maklerverkauf

www.einfach-sicher-verkaufen.eu

Nürnberg's Mobilität in deiner Hand

Nürnberg's Öffis und Co in einer App vernetzt.



Alle Vorteile deiner OPNV-App, Verbindungsauskunft und Abfahrtsmonitor.

Ticketkauf mit 2 Klicks.

Störungsmeldung auf deiner Linie per Push aufs Handy.

Aktuelle VAG-News.

VAG_Road leihen.

Hoi dir jetzt die NürnbergMOBIL-App.

Geteilt durch:
Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur

aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages

Nürnberg MOBIL | **VAG**

buchele

Elektrotechnik GmbH

Reparatur und Service elektrischer Maschinen

Poppenreuther Straße 49a Telefon 0911 / 37 48 148
D - 90419 Nürnberg Telefax 0911 / 37 48 149

www.buchele-elektrotechnik.de

NUR NACKT SEIN IST NACHHALTIGER

La Cola Munkerstrasse 8 90443 Nürnberg

Pfister Öko-Bauernbrote

aus reinem Natursauerteig

Ihre Hopfsterei in Nürnberg:
Hauptmarkt 10
Kirchenweg 4
Mögeldorf Hauptstr. 40

*Wir backen
den reinen Brotgenuss*



www.hopfsterei.de



Hopfsterei

GENUSS & NATÜRLICHKEIT

Bayerischer Brotgenuss in Öko-Qualität

- Zutaten aus ökologischer Landwirtschaft
- ohne künstliche und chemische Zusatzstoffe
- aus reinem Natursauerteig
- mit langer Frischhaltung



¹ CO₂e-Neutralität erlangt durch Einsparung und Kompensation.
Näheres unter www.hopfsterei.de/CO₂e-neutral und in unseren Filialen.
² Dieses Zeichen ist eine eingetragene Marke der Hopfsterei.

Die Hopfsterei – Öko-Pionier seit 1982

Ludwig Stocker Hopfsterei GmbH | Kreittmayrstr. 5 | 80335 München



Manufaktur für natürlich Gutes & Shop für nachhaltige Dinge

Bio Gewürze & Tee • Bio & Fairtrade Trinkschokolade • Bienenwachskerzen • Bio Rapskissen • Naturseifen • Bücher & Karten

nachhaltige Geschenke für jeden Anlass • auch in größerem Umfang möglich, z.B. für Firmen oder Mitarbeiter

Privatpersonen • Gewerbe • Einzelhandel



natürlich gut • Kugelhammerweg 7 • 90530 Wendelstein

www.natuerlich-gut.de • 09129-2971660

Graffiti im Annapark

Oberbürgermeister Marcus König hat zur Sprühdose gegriffen, um mit dem Künstler Kai Schmidt ein neues Graffiti im Annapark zu vollenden. Damit löste er am 14. September 2021 sein Versprechen ein, den Spielplatz mit dem bunten Kunstwerk aufzuwerten. Es entstand im Zuge der KommVorZone. Die von der Stadt mit der Nachbarschaft aus der Südstadt konzipierte temporäre Kulturplattform hat nach über 100 Veranstaltungen ihr Gastspiel im Park beendet. Nach dem großen Erfolg wird die KommVorZone im Sommer 2022 in der Südstadt fortgesetzt.



Foto: Andreas Kist

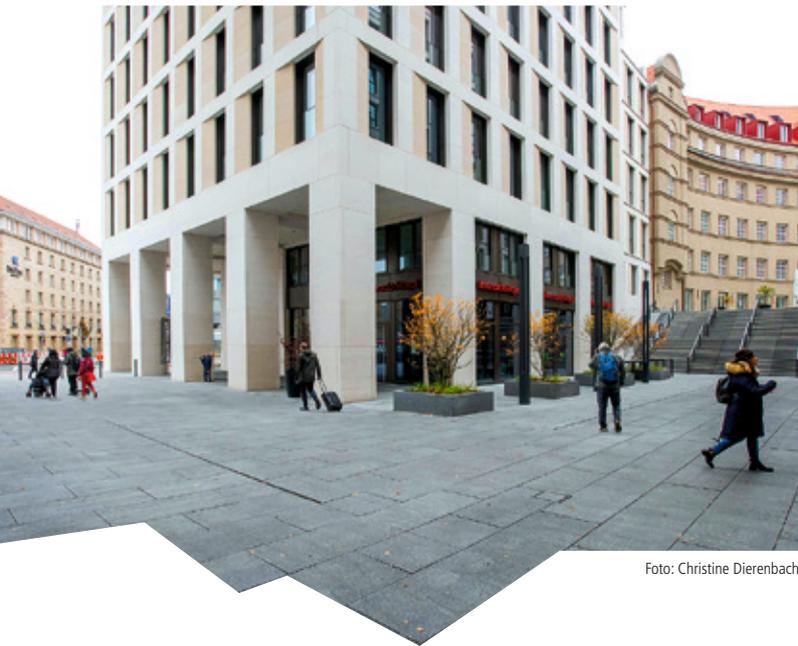


Foto: Christine Dierenbach

Tafelhof Palais fertiggestellt

Neues Ensemble in der Innenstadt: Das Tafelhof Palais erstreckt sich an der Ostseite des Hauptbahnhofs und umfasst zwei Türme sowie zwei Gebäuderiegel, eine Passage mit Hof und eine Tiefgarage. An der Allersberger Straße schließt sich ein denkmalgeschützter Rundbau an. Die Mietfläche für zwei Hotels, Post und Postbank sowie Office- und Coworking-Spaces beträgt circa 50 000 Quadratmeter. An der Bahnhofstraße wurde im Innenbereich ein Platz neu benannt. Er trägt seit 16. Juli 2021 den Namen Dr.-Helmut-Kohl-Platz zur Erinnerung und Ehrung des langjährigen Bundeskanzlers der Bundesrepublik Deutschland.

Ganz schön alt!

2021 feiert Großgründlach 1 000-jähriges Bestehen. Der Ort im Knoblauchsland wurde 1021 in einer Urkunde Kaiser Heinrichs II. das erste Mal erwähnt und ist so 29 Jahre älter als Nürnberg, das 1050 urkundlich auftaucht. Ein Double in der Tracht des Kaisers weist auf das Jubiläum hin. Mit der Gemeindegebietsreform 1972 wurde Großgründlach zu einem Teil Nürnbergs. Große Feierlichkeiten des ältesten Stadtteils Nürnbergs wurden um ein Jahr verschoben. Unter anderem ist ein großer Festakt für den 11. August 2022 geplant.



Foto: Helmut Bresler

Kindgerechtes Klinikum

Fußballer Marek Mintál, Ex-Oberbürgermeister Ulrich Maly und das Christkind 2019/20 Benigna Munki gehören zu dem Botschafter-Team, das Schirmherin Karin Baumüller-Söder, Ehefrau des bayerischen Ministerpräsidenten, um sich geschart hat. Gemeinsam bitten sie um Spenden für das Neubauprojekt Kinderklinikum des Nürnberger Klinikums. Um das Bauvorhaben nicht nur medizintechnisch auf hohem Standard, sondern auch so kindgerecht wie möglich auszustatten, sind zusätzlich zur Förderung durch den Freistaat in Höhe von knapp 105 Millionen Euro weitere Finanzmittel erforderlich. Der Spatenstich ist für 2022 geplant, die Fertigstellung bis 2026.

„Straßenkreuzer“ statt Lotto

Mit der „Kreuzerbude“ beschreitet das Sozialmagazin „Straßenkreuzer“ neue Wege. Der Treffpunkt in einer ehemaligen Lottobude steht Donnerstag bis Samstag von 15 bis 18 Uhr all jenen offen, die sich über den Verein und seine Projekte informieren wollen. Ein roter Würfel mit Logo auf dem Dach sorgt für mehr Sichtbarkeit in der Fußgängerzone.



Foto: Wolfgang Gillitzer



Foto: Christine Dierenbach

Pfarrerhof als Treffpunkt

Hier sind schon Albrecht Dürer und Johann Pachelbel ein- und ausgegangen: Der Sebalder Pfarrhof, dessen Ursprünge bis ins 13. Jahrhundert zurückreichen, hat sich nach dreijähriger Bauzeit ordentlich herausgeputzt. Die grundlegende Sanierung kostete 6,5 Millionen Euro – der Erhalt historischer Bauteile und der Brandschutz fielen dabei besonders ins Gewicht. Das Haus verfügt jetzt über Gemeinderäume im Erdgeschoss sowie Büros und eine Wohnung in den oberen Stockwerken. Besucherinnen und Besucher können die Atmosphäre im neuen „Café Maulbeere“ genießen.

Digitale Zeitreise

Keine andere Stadt im deutschen Sprachraum wurde so früh und so häufig im Bild festgehalten wie Nürnberg. Über die Jahrhunderte verschwanden viele Bauwerke aus dem Stadtbild, die nun online vor dem Auge der Betrachter wiedererstehen: Rund 2 000 von der Stadtbibliothek digitalisierte Stadt- und Landschaftsdarstellungen aus der Zeit von 1600 bis 1850 laden auf einem Internetportal des Freistaats Bayern zu den bayerischen Kunst- und Wissensschätzen zu einer Zeitreise ein.

<https://bavarikon.nuernberg.de>



Foto: Christine Dierenbach

Neuer Kirchentagspräsident

Präsident und Losung für den Deutschen Evangelischen Kirchentag 2023 in Nürnberg: Das Kirchentagspräsidium hat am 16. Oktober 2021 den früheren Bundesminister Thomas de Maizière (re.) zum Präsidenten gewählt. Gemeinsam mit Oberbürgermeister Marcus König, dem Landesbischof der Evangelisch-Lutherischen Kirche in Bayern, Heinrich Bedford-Strohm, und Nürnbergs Regionalbischöfin Elisabeth Hann von Weyhern (v. li.) stellte Thomas de Maizière bei einer Pressekonferenz die Losung für den 38. Kirchentag vor. Die Veranstaltungen des protestantischen Laientreffens stehen unter dem Bibelwort „Jetzt ist die Zeit“.

Die Bratwurst im Museum

Nicht nur zum Sattwerden ist die Nürnberger Bratwurst – in ausreichend großer Stückzahl verzehrt – geeignet. Seit Kurzem stiftet sie auch Anlass zur geistigen Nahrung. Im neuen 100 Quadratmeter großen Bratwurstmuseum zwischen Henkersteg und Trödelmarkt informiert der Schutzverband Nürnberger Bratwürste e.V. seit 19. November 2021 über Geschichte und Kultur des unverwechselbaren Lebensmittels. Passend zur neuen Einrichtung hat die Stadt den Straßenabschnitt davor in Bratwurstgasse umbenannt.



Fotos: Jana Vogel



Foto: Christine Dierenbach

Edelstein-Glanz für die Südstadt

Ja, wo ist er denn, der winzige Diamant? Eingegossen in einen Acrylglasquader, der den neugestalteten Nelson-Mandela-Platz ziert. Bei der Enthüllung am 7. Oktober 2021 zeigt das Künstlerinnenduo missing icons, Andrea Knobloch und Ute Vorkoeper, der südafrikanischen Generalkonsulin Roleta Julieta Susana Lebelo, Planungs- und Baureferent Daniel F. Ulrich sowie Oberbürgermeister Marcus König (v. li.) das Herzstück ihres Werks. Mit „Rolihlahla“ („Unruhestifter“) ist es mit Mandelas erstem Vornamen betitelt. Die Gesamtkosten samt Kunstwettbewerb betragen rund 143 000 Euro. Finanzielle Unterstützung gab es von Bund und Land.



SONNTAG
direkt. persönlich. nah.



Ein Team vereint Kompetenzen verschiedener Disziplinen.
Umfassende, multidisziplinäre Beratung auch.

- > Wirtschaftsprüfung.
- > Steuerberatung.
- > Rechtsberatung.
- > Family Office.
- > IT Audit.
- > IT Consulting.
- > digitale Steuerberatung.

www.sonntag.group



Text Markus Hack Fotos Anestis Aslanidis

Alles im Blick

Egal ob im Auto, im Flugzeug oder in der Medizintechnik – Via Optronics produziert Displays und Kameras für unterschiedlichste Zwecke. Der internationale Spezialist für Displaylösungen setzt auf präzise funktionierende Touchscreens. Auch Sonneneinstrahlung beeinträchtigt die Handhabung nicht.



Das Auto-Cockpit der Zukunft: Der Fahrer gibt sein Ziel ein und auf dem Display erscheint die Route samt Informationen über Tankstellen, Gasthäuser und Sehenswürdigkeiten.

Aufgewachsen ist er in Eibach, als bodenständiger Franke hat er auch sein Studium an der Technischen Hochschule in der Noris absolviert – mittlerweile schaltet sich Jürgen Eichner aber auch gerne mal per Videokonferenz in den Besprechungsraum der Nürnberger Zentrale von Via Optronics und führt die Geschäfte zeitweise vom sonnigen US-Staat Florida aus. Das Unternehmen entwickelt und produziert Displays und Kameras für Autos, Baufahrzeuge, Flugzeuge und Computer. Auch in der Medizintechnik und im Militärssektor sind seine Produkte zu finden. Der Hauptsitz liegt in einem farbenfrohen Gebäude im Industriegebiet Schafhof im Nürnberger Nordwesten, nicht weit vom Weiterbildungszentrum der Handwerkskammer und direkt neben der Continental-Tochter Vitesco Technologies sowie dem Anlagentechnologie-Unternehmen Hüttinger.

Während es hier in der Heimat in diesem Jahr zunächst gar nicht Frühling werden wollte, der Sommer dann wenig sommerlich ausgefallen ist und mittlerweile schon wieder vom Herbst abgelöst wurde, kann Via Optronics-Gründer und Vorstandschef Eichner an seinem Schreibtisch in Orlando quasi ganzjährig im kurzen Hemd sitzen. Dort, im Süden der USA, hat Via Optronics seine Vertriebsniederlassung für den amerikanischen Markt. Und dort

hat sich Eichner zuletzt oft schlichtweg besser als in Bayern gefühlt. Nicht nur wegen des Wetters. Sondern auch, weil es im US-Sonnenstaat weniger pandemiebedingte Einschränkungen gegeben habe als zu Hause. Was nichts daran ändert, dass Eichner von seiner Heimatstadt überzeugt ist.

„Nürnberg kann wesentlich mehr“, meint der studierte Nachrichtentechniker. Es habe nur viel zu lange unter Münchens Dominanz gelitten. Dass selbst einige Exil-Nürnberger Weißwurst mit Sauerkraut verspeisten, wenn sie nur lange genug in der Landeshauptstadt lebten, kann der fränkische Firmengründer nicht nachvollziehen. Für ihn jedenfalls gibt es keinen Grund, den Firmensitz nach München oder Hamburg zu verlegen. „Von Nürnberg aus erreiche ich fast alle wichtigen Kunden in einem Radius von 200 Kilometern“, sagt Eichner.

Dabei ist Nürnberg nicht nur der Sitz der Verwaltung. Im ersten Stock des Gebäudes laufen jeden Tag von sechs Uhr morgens bis kurz vor drei am Nachmittag die Apparate. Im Reinraum arbeiten hier insgesamt 25 Beschäftigte an den sensiblen Produkten des Unternehmens: Displays, die auch bei Sonneneinstrahlung gut zu lesen und mit einem Touchscreen ausgestattet sind. Möglich ist dies mit





Im Reinraum am Hauptsitz in Nürnberg produzieren 25 Beschäftigte sensible Displays, die auch bei Sonneneinstrahlung gut zu lesen sind.

einem Verfahren namens Optical Bonding, erklärt Farouk Zabel, Geschäftsführer in Nürnberg. Dabei wird der Raum zwischen den Berührungssensoren und dem Coverglas mit Silikonkleber gefüllt. Das soll garantieren, dass der Touchscreen fehlerfrei funktioniert. Einen speziellen Ausbildungsberuf gibt es für diese manuelle Methode zwar nicht. Jedoch sei hier größte Präzision gefragt, so Zabel. Eine Eigenschaft, die nicht zuletzt Kosmetikerinnen besäßen.

Heimatstandort stärken

Das Produktionsteam wurde derweil erst jüngst vergrößert. In einer neuen Halle – nur ein paar Meter entfernt – arbeiten nun rund 50 zusätzliche technisch qualifizierte Fachkräfte an einer automatisierten Produktionslinie. Damit steigt die Zahl der Beschäftigten am Heimatstandort auf etwa 200. Besonders die hochwertigen Display-Systeme sollen wieder verstärkt in der Heimat hergestellt werden, lautet der Plan. Dazu gehören Bildschirme, deren Glas nach einem neuen Verfahren, der Coldform-Technologie, verformt wurde.

Weitaus größere Stückzahlen werden aber dennoch weiterhin in China hergestellt. Im Werk in Suzhou, westlich von Schanghai, sind 300 Beschäftigte tätig. Doch die einstige Werkbank des Westens, als die China lange galt, birgt auch ihre Schattenseiten. Der anhaltende Handelskonflikt zwischen den USA und China verheiße nichts Gutes, ahnt Via Optronics-Chef Eichner. Und die Kommunikation mit dem

wichtigen Standort wird durch die rigide Corona-Politik Pekings erschwert. Wochenlang dauere die Quarantäne nach der Einreise ins Land der Mitte. Das mache Besuche so gut wie unmöglich.

Überhaupt Corona: Natürlich geht die Pandemie auch an Via Optronics nicht spurlos vorbei. Im ersten Quartal 2020 ist der globale Umsatz des fränkischen Unternehmens deutlich zurückgegangen. Vor allem der Bereich Automotive – also das Geschäft mit der Automobilbranche – hat gelitten. Das Werk in China musste vorübergehend komplett schließen. Schon im zweiten Quartal ging es aber wieder bergauf. Die Quartale zwei bis vier lagen alle über denen des Vorjahres. Kein wirkliches Wunder. Schließlich haben Homeoffice und Homeschooling die Nachfrage nach Computern und damit auch nach Displays nach oben katapultiert.

Insgesamt zählt Via Optronics heute etwa 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: eine bemerkenswerte Wachstumsgeschichte. Losgegangen ist es vor gut 15 Jahren mit drei Personen – Eichner selbst und zwei Techniker. Vor dem Schritt in die Selbstständigkeit war der Unternehmer bei Diehl und Atos Origin tätig, zuletzt als Vertriebsleiter. Das erste halbe Jahr als eigener Chef war „ziemlich hart“, erinnert sich Eichner. Aber rote Zahlen habe er niemals geschrieben, auch am Anfang nicht. Die erste eigene Produktion stand beim Hermsdorfer Kreuz in Thüringen, „rechts neben dem Blitzer“, wie Eichner augenzwinkernd sagt. Zu den ersten Kunden gehörte

ein Hersteller von Baufahrzeugen genauso wie ein großer Industriekonzern und ein Automobilproduzent. Der Umsatz stieg schon im ersten Jahr rasant – von 200 000 Euro 2006 auf zwei Millionen Euro 2007. Wieder ein Jahr später verbuchte Eichner acht Millionen Euro als Umsatz – und einen zusätzlichen Erfolg. Sein Unternehmen erhielt den deutschen Gründerpreis in der Kategorie Start-up „für die Herstellung von entspiegelten Displays und Flachbildschirmen mit höherer Bruchsicherheit“. Dann ging es mit der globalen Expansion los: 2009 in Portland in den USA, 2010 in China. 2018 und 2019 folgten Japan und die Philippinen. Finanziell begleitet haben die Entwicklung die bayerische Beteiligungsgesellschaft und ein Investor aus London.

Auto ist neues Smartphone

Das Unternehmen teilt sein Geschäft in drei verschiedene Bereiche. In der bislang größten Sparte, dem Consumer-Bereich, liefert Via Optronics Displays für Laptops. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie Dell. Im Bereich Industrie bestückt das Unternehmen zum Beispiel Geldautomaten oder liefert Displays für das Cockpit. Auch in der Medizintechnik findet sich Ware made by Via Optronics. Das größte Entwicklungspotenzial sieht das Unternehmen im Bereich Automotive. Bald schon soll die Hälfte des Umsatzes auf diesen Bereich entfallen. Diese Prognose lässt sich leicht erklären: Im Vergleich zum Auto der Zukunft ist das Kraftfahrzeug der Gegenwart minimalistisch ausgerüstet, was die technologische Ausstattung angeht. Sechs bis acht Kameras und ebenso viele Displays werden es fortan schon sein, sagt Eichner. Denn neben dem Tacho hinter dem Lenkrad und dem Mittel-Display wird bald auch der Beifahrer auf einen eigenen Bildschirm blicken. Gleiches gilt für die Fahrgäste im Fond. Und wenn die Rückspiegel wegfallen, braucht es für den Blick nach hinten ebenfalls ein Display.

„Das Auto ist das neue Smartphone“, ist man bei Via Optronics überzeugt. Was heißen soll: Der Wagen wird für den Nutzer zum Kontaktpunkt – und kann die Insassen mit allerlei Informationen versorgen. Denn sobald der Fahrer die Route ins Navigationsgerät eingibt, weiß das System, welche Tankstellen, Gasthäuser oder Sehenswürdigkeiten am Weg liegen. Um diese auch anzuzeigen, braucht es eben Displays. 1,4 Millionen Exemplare davon verlassen jährlich die Via Optronics-Werke. Und natürlich sollen es mehr werden. Deutlich mehr. Denn die Wachstumsziele sind ambitioniert. Die Marke von einer halben Milliarde Euro Umsatz hat das Unternehmen klar vor Augen. Zuletzt lag der Umsatz bei et-

was über 152 Millionen Euro, der operative Gewinn vor Abschreibungen bei über sechs Millionen Euro.

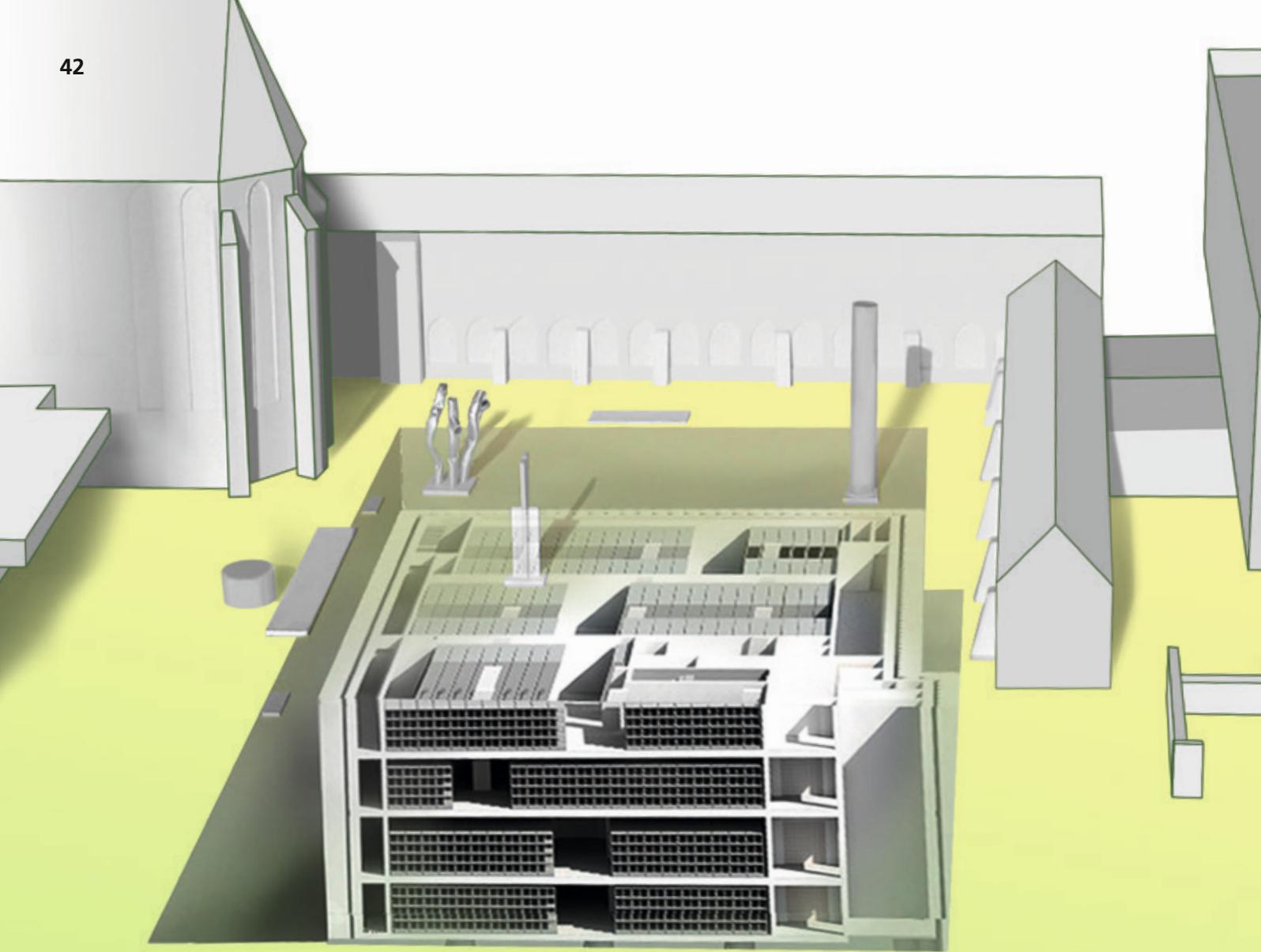
Um Geld für das Wachstum zu sammeln, hatte Firmenchef Eichner bereits für das Jahr 2019 den Gang an die Börse geplant. Im September 2020 war es dann so weit: Die Papiere der High-Tech-Schmiede aus Franken erschienen zum ersten Mal auf der Kurstafel der New Yorker Börse – am unteren Ende der Preisspanne mit 15 Dollar pro Aktie und mit Hilfe sogenannter American Depositary Shares. Das sind Aktienersatzscheine, über die Stammaktien ausländischer Unternehmen gehandelt werden. Warum aber wählte das Unternehmen die Wall Street für den Börsengang? In den USA seien viele Kunden angesiedelt, so Eichner. Darüberhinaus seien an der New Yorker Börse viele Aktien aus dem Bereich Konsumgüter zu finden, das Umfeld sei günstig.

Unter dem Strich spülte der Börsengang knapp 94 Millionen Dollar in die Kassen. Geld, das das Unternehmen auch für Investitionen in Forschung und Entwicklung braucht. Über 80 Beschäftigte arbeiten in diesem Bereich: 20 auf den Philippinen, 25 in China, zehn in Japan. Mit 30 Entwicklern und Forscherinnen stellt das Team in Nürnberg den größten Anteil. Dazu gehören Elektroingenieure und Chemikerinnen, Softwareingenieurinnen und Mechanikerinnen, berichtet Zabel.

Beim weiteren Wachstum setzt das Unternehmen nicht nur auf die vorhandenen Kräfte. Auch in Zukunft sollen Zukäufe helfen, die Entwicklung zu forcieren. Interessant wäre eine Akquisition im Bereich Systementwicklung, Software und Engineering, heißt es. Bei dieser Suche nach Technologiewissen schaut sich Via Optronics in der Region, aber auch in den USA um. Asien dagegen sei nicht die erste Wahl – wegen der sehr unterschiedlichen Mentalität. ■



Jürgen Eichner steuert sein Unternehmen teilweise auch von der US-Niederlassung in Florida aus. Hauptsitz soll aber Nürnberg bleiben. Foto: tm studios visuelle medien GmbH



U1	Haustechnik
U2 Depot	Metallobjekte
U3 Depot	Holz und Textil
U4 Depot	Holz und Textil
U5 Depot	Bibliotheksbestände


 reduzierte Luftfeuchtigkeit


 reduzierter Sauerstoffgehalt

Fünf Etagen und 21 Meter tief liegt das neue Depot unter dem Boden.

Text Alexandra Foghammar Fotos Claus Felix

Ein Hochhaus mit Tiefgang



Mit einfachen Umzugskartons ist es hier nicht getan: Zunächst 70 000 Exponate des Germanischen Nationalmuseums wandern in das eben fertiggestellte Tiefdepot unter dem Klosterhof. In fünf unterirdischen Stockwerken kann die größte Sammlungs- und Forschungseinrichtung zur deutschen Kunst und Kultur weiter wachsen. Kränkelnde Kostbarkeiten ruhen künftig in Klimaschränken.

Ein Betondeckel mit zwei Öffnungen erlaubte das Ausbaggern des darunterliegenden Erdreichs im großen Klosterhof. Foto: GNM, Florian Kutzer

Wer einen Wert von annähernd 40 Millionen Euro in den Sand setzt, ist darüber selten so froh wie Daniel Hess. Der damals noch stellvertretende, heute leitende Generaldirektor des Germanischen Nationalmuseums (GNM) sah es mit Genugtuung, als ab Herbst 2018 ganze Lkw-Kolonnen aus dem großen Klosterhof des Museums Unmengen an Sand abfahren, die ein riesiger Bagger zu Tage förderte. Denn in der Folge entstand unterhalb des Kreuzganggartens des ehemaligen Kartäuserklosters, dessen bauliche Reste den architektonischen Kern des Museums bilden, der Rohbau für ein neues, unterirdisches Depot. „Wir platzen aus allen Nähten“, erklärt Hess die Notwendigkeit des Bauvorhabens. „Und wir haben eine Sanierungskampagne vor uns, für die wir Ausweichflächen brauchen. Das Depot bietet uns den Platz für eine Technikzentrale, von der die umliegenden Gebäude mitversorgt werden können. Das ist ein wichtiger Baustein, von dem die Zukunft des Museums in den nächsten Jahrzehnten abhängt.“

Die Errichtung des Tiefdepots orientierte sich an der auch beim U-Bahn-Bau verwendeten Bergbauweise. In den aufgebohrten Hohlräumen wuchsen 186 Betonpfähle empor, die als Träger eines ober-

irdischen Deckels die „Außenwände“ zusammenhalten. Durch Öffnungen in der Betonplatte huben Bagger das darunterliegende Erdreich aus, so dass zunächst die Decken eines zweiten und vierten Untergeschosses betoniert werden konnten. Im Herbst 2019, als die Gründungssole in 21 Metern Tiefe erreicht war, konnten die Zwischendecken des dritten und fünften Untergeschosses eingezogen und alle Öffnungen geschlossen werden. Nach Abschluss des Innenausbaus werden sich rund 3 700 Quadratmeter für die Lagerung von Kunstwerken nutzen lassen, aber auch für das Begutachten, Reinigen und Inventarisieren von Objekten zur Verfügung stehen. Finanziert wird der Bau durch Sondermittel für Sanierungsmaßnahmen, die von Bund und Land zu gleichen Teilen zur Verfügung gestellt werden.

Die wesentlichen Vorteile des neuen Depots hat GNM-Pressesprecherin Sonja Mißfeldt rasch aufgezählt: „Das konstante Klima im Untergrund spart viel Energie, die sonst für Heizung oder Kühlung investiert werden müsste. Dass es keine Fenster gibt, schützt die Objekte nicht nur vor Sonnenlicht, sondern bietet höchste Sicherheit ohne zusätzlichen Aufwand. Und: Wir haben alles im Haus – somit



Pressesprecherin Sonja Mißfeldt im Tiefdepot, wo Regale auf ihre Aufstellung warten.

kurze Transportwege.“ Außerdem erleichtere die moderne Depotausstattung mit mobilen Regalen die Entnahme, etwa wenn Objekte als Leihgaben das Haus verlassen. Deutlich mehr Platz als in den alten, sehr beengten und überfüllten Depots bietet Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern zudem die Möglichkeit, vor Ort an einzelnen Werkstücken arbeiten zu können.

Tief im Grundwasser

Die fünf räumlich unterteilten Untergeschosse mit unterschiedlicher Höhe sind zu den Außenseiten hin von einem umlaufenden Flur umschlossen, der auch als Feuchtigkeitspufferzone dient – denn das Depot reicht bis elf Meter unterhalb der Grundwasserlinie. Das oberste Untergeschoss nimmt die komplette Haustechnik auf, wie etwa die Brandschutzanlage, die auf dem Prinzip des Sauerstoffzugs der Luft arbeitet. Das zweite Untergeschoss ist das mit der geringsten Luftfeuchtigkeit und wird schwerpunktmäßig den Sammlungsobjekten aus Metall vorbehalten. Holzartefakte und Textilien kommen in das dritte und vierte Untergeschoss, die beide auch anderen organischen Materialgruppen offenstehen. Ganz nach unten wandern Bibliotheksbestände. Und dann wird es noch einen Bereich geben, der verschlossen wird und bleibt: In einer Art Gruft werden die Gebeine ihre letzte Ruhestätte finden, die bei der Aufgrabung des Klosterhofs zu Tage traten.

Was Anfang 2022 als erstes einziehen wird, bevor voraussichtlich ab Mitte der 2030er Jahre die dauerhafte Einlagerung von Depotgut beginnt, sind rund 70 000 Exponate und in den Magazinen aufbewahrte Artefakte aus dem Süd- und dem Südwestbau des Museums. Die dortigen Etagen beinhalten Kunst und Kulturgüter aus dem 19. Jahrhundert, die Musikinstrumenten- und Volkskundesammlungen, Kleidung ab 1700 sowie das Gewerbemuseum. Der Ende der 1960er Jahre von Architekt Sep Ruf errichtete Südbau und das westlich angrenzende Eckgebäude aus der Zeit um 1900 müssen saniert und technisch aufgerüstet werden, zugleich wird es eine geänderte Präsentation der Dauerausstellung samt neuer, barrierefreier Besucherführung und zeitgemäßer Ansprache geben. Auch der 1970 fertiggestellte Ostbau, Herberge der Abteilungen Waffen, Jagd und Gartenkultur, Kunsthandwerk des Barock sowie 20. Jahrhundert, harrt der Ertüchtigung und muss später dafür ausgeräumt werden.

Für die Zwischennutzung des neuen Depots hat Birgit Schübel die Fäden in der Hand. „Vom Hochzeitswagen bis zum Fingerhut muss alles für den Umzug verpackt werden“, sagt die Kunsthistorikerin. Ihr obliegt es, in ausreichender Anzahl zertifiziertes Material zu beschaffen, das frei von Schadstoffemissionen etwa durch Lacke oder Klebstoffe ist. Regale, Hängegitter und Möbelpodeste sind zu bestellen, Schachteln in den unterschiedlichsten Größen zu

Birgit Schübel (li.) und Meike Wolters-Rosbach erfassen die Maße eines barocken Cembalos.



Für den Transport werden fragile Krippenfiguren in individuell ausgeschnittenen Schaumstoff gebettet.



besorgen, Luftpolsterfolie zu ordern. Manches erfordert Spezialanfertigungen: „Die Krippenfiguren in den volkskundlichen Sammlungen sind sehr fein gearbeitet – die können wir für den Transport nicht einfach in Seidenpapier einschlagen“, erklärt Birgit Schübel. Offene Schachteln mit speziell geschnittenen Hohlformen müssen gefertigt werden. Vakuumpissen, die üblicherweise bei der Lagerung von Notfallpatienten eingesetzt werden, schützen extrem empfindliche Objekte, die keinem Druck Stand halten würden. Anderes wiederum muss erst einmal zerlegt werden. Die Beine von rund 100 der insgesamt etwa 300 Tasteninstrumente, die in der vierten Depotebene mit der größten Geschosshöhe in Regalen gelagert werden sollen, müssen abmontiert, die Transporte der Flügel durch die Türen („geht nur hochkant“) müssen organisiert werden.

Alles digital erfasst

Bereits bei der Einlagerung muss klar sein, was in die neue Dauerausstellung kommt oder zeitnah als Leihgabe für eine Ausstellung zugesagt ist, und was längerfristig im Depot verbleibt. Ebenfalls in Absprache mit den Sammlungsleitern werden Objektgruppen zusammengestellt, sodass etwa die Wächtersbacher Keramik komplett an einem Ort verwahrt wird. „Alle Objekte sind digital erfasst und können jederzeit nachverfolgt werden. Mittels QR-Code in den eingelagerten Chargen sind sie schnell auffindbar“, betont Birgit Schübel.

Dass beim Verpacken der einzelnen Objekte nichts „hoppla-hopp“ geht, liegt auch in der Verantwortung von Meike Wolters-Rosbach, Restauratorin im Institut für Kunsttechnik und Konservierung des GNM und federführend bei den konservatorischen Belangen der Umzugsorganisation. „Jedes Teil wird genau geprüft. Wir schauen: Fällt da gleich ein Arm ab oder gibt es hier lose Furnierteile, die gefestigt werden müssen? Braucht es hier eine spezielle Transportsicherung?“ Fragen, zu denen sie sich mit dem Team der rund 30 Restauratorinnen und Restauratoren im GNM abspricht.

Zur Ausrüstung gehören Schutzanzüge, Handschuhe und Masken – nein, nicht wegen Corona, sondern wegen Formaldehyd, DDT und sonstiger Gifte, die noch bis in die 1970er Jahre sorglos bei der Erstellung von Vitrinen und Holzschränken zum Einsatz kamen oder für den Insektenschutz von Objekten aus organischem Material verwendet wurden. „Jetzt werden die Dinge bewegt, und das setzt toxische Staubpartikel frei“, sagt Birgit Schübel. Nicht nur bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, auch bei den zum Teil fragilen Kunstobjekten ist Vorsicht oberstes Gebot. Von der Glaskrankheit etwa werden vor allem Trinkgläser aus der Renaissance und dem Barock befallen. „Das Glas wird zuerst blind, dann brüchig, im schlimmsten Fall kann es zerbröseln. Wir müssen daher sehr behutsam vorgehen beim Ein- und Auspacken“, schildert Wolters-Rosbach die Anforderung an das Team. Künftig werden die kränkelnden Kostbarkeiten in Klimaschränken ruhen.



Auch die Spanschachtel von 1628 mit dem ältesten Beleg des Christkindlesmarkts wandert in das Tiefdepot.

In Seidenpapier hüllen Textilarbeiterin Maria Ellinger (li.) und Birgit Schübel die empfindlichen Volkskundeobjekte.

Allen Insektenschutzmitteln zum Trotz können Moten und Holzwürmer Schlupflöcher gefunden haben und noch unbemerkt ihr Unwesen treiben. „Alle Objekte sollen schädlingsfrei in das neue Depot eingebracht werden“, sagt Meike Wolters-Rosbach. „Ab in die Entwesung“ heißt es daher für alles aus Holz, und auch Textilien wie die aufwändigen Trachten der volkskundlichen Sammlung kommen für mehrere Wochen zum Sauerstoffentzug in eine spezielle Kammer, bevor sie in säurefreie Kartons gepackt werden.

Was aber tun mit nicht mehr gebrauchten Vitrinen, die doch Zeugnisse musealer Sammlungshistorie sind? Was tun mit den alten Schachteln, die sich nicht mehr für die Aufbewahrung von Objekten eignen, aber Depotgeschichte dokumentieren? Fragen, die derzeit im Haus diskutiert werden, auch konträr, obwohl Sonja Mißfeldt launig bemerkt: „Hier arbeiten vorwiegend Leute, die ein Problem mit dem Wegwerfen haben.“ Zwar sage das aktuell rund 1,5 Millionen Objekte verwahrende Haus „häufiger nein als ja“ zu angebotenen Sammlungen, doch vergrößerten sich die Bestände durch Ankäufe, Stiftungen, Erbschaften, Dauerleihgaben und Schenkungen ständig. „Die Gesellschaft verändert

sich und damit verändern sich die Sammlungen des Germanischen Nationalmuseums“, stellt auch der Chef des Hauses fest, dem die Kontinuität ebenfalls wichtig ist. „Das Depot ist ein kultureller Speicher, der uns ermöglicht, Dinge über Generationen für die Forschung vorzuhalten“, sagt Daniel Hess. „Einen originalen Dürer können Sie noch in 300 Jahren untersuchen, ein Digitalisat nicht. Es braucht Fürsorge für die originalen Objekte – das sind die einzigen bleibenden historischen Quellen.“

Für die Gestaltung des großen Klosterhofs nach Abschluss der Bauarbeiten werden verschiedene Szenarien durchgespielt. Klar ist: Grün soll er wieder werden, begehbar, und die ursprünglich hier aufgestellten Skulpturen, wie „Golgatha“ von Brigitte und Martin Matschinsky-Denninghoff, sollen erneut hier Platz finden. Darüber hinaus könnten auch aktuelle Umweltthemen eine Rolle spielen: Wird eine insektenfreundliche Wildblumenwiese mit Bienenkörben angelegt? Ist angesichts weiter steigender Temperaturen eine Beschattung nötig? Zu den anstehenden Entscheidungen hat Sonja Mißfeldt noch einen nicht ganz ernst gemeinten Vorschlag: „Ein Pool mit Cocktailbar wär' toll!“ ■



Blind gewordenes Glas bedarf der besonderen Sorgfalt von Meike Wolters-Rosbach.



Vorsicht DDT: Nur im Schutzanzug kann sich Textilrestauratorin Maria Ellinger den Trachten-Figurinen nähern.



KÄRCHER

KÄRCHER CENTER
ERNST MÜLLER

MEHRZWECKSAUGER WD 5

Tel. 0911 / 30 06-235
Wiesbadener Straße 4
90427 Nürnberg

KOMFORTABEL. UNIVERSELL. **KÄRCHER.**

kaercher-center-mueller.de

Verena Bentele
VdK-Präsidentin

**Tritt ein
für soziale
Gerechtigkeit!**

Der Sozialverband VdK ist die soziale Interessenvertretung seiner bundesweit über zwei Millionen Mitglieder (über 27.000 allein in Nürnberg). Zugleich berät und vertritt er sie in allen Bereichen des Sozialrechts:

- Gesetzliche Renten- u. Unfallversicherung
- Gesetzliche Kranken- u. Pflegeversicherung
- Schwerbehindertenrecht
- Arbeitsförderungsrecht

Jetzt Mitglied werden

für nur 6,- € monatlich.

Sozialverband VdK Bayern
Kreisgeschäftsstelle Nürnberg
Rosenaustraße 4, 90429 Nürnberg
Tel. 0911 / 27955-0
eMail: kv-nuernberg@vdk.de
www.vdk.de/kv-nuernberg

SOZIALVERBAND

VdK

BAYERN

Zukunft braucht Menschlichkeit.

LASS DICH VERZAUBERN

Adventsausstellung

17. - 20. November

Adventsmarkt bis 23.12.

17.- 19.11.: Live-Floristik: Adventskranzdekoration

20.11.: DiY: Schmücke dein Lichterglas

Adventskränze, Gestecke, Türkränze,
liebevoll von uns gestaltet

Weihnachtssterne aus eigenem Anbau,
ein stimmungsvolles Meer im Gewächshaus

ab 30.11.:
Bio- Weihnachtsbäume*
und „Bio-Helden“
aus dem Spessart

Glühweinemobil-Café
TANTE NORIS

GLÜHWEIN

Alles
Bio

* solange der Vorrat reicht



Marktplatz Marienberg
Natur-Erlebnis-Gärtnerei
Braillestraße 27 90425 Nürnberg

Weitere Infos unter
Telefon: (09 11) 4 75 76 – 25 40
www.noris-inklusion.de



Gemeinwohl als Auftrag

Seit 200 Jahren kümmert sich die Sparkasse Nürnberg ums Geld. Dabei geht es ihr nicht nur um die Sparer, sondern auch die Stadtgesellschaft: Mit einem breitgefächerten Engagement investiert sie in Projekte für mehr Lebensqualität. Tiergartenbesucherinnen und -besucher können bald in luftiger Höhe über einen Waldpfad wandeln.

„Weil's um mehr als Geld geht“ – mit diesem Slogan will die Sparkasse Nürnberg im 200. Jahr ihres Bestehens andeuten, was sie von anderen Geldhäusern unterscheidet. Natürlich, werden Sie sagen, geht es denen ums Geld. Ohne Rendite läuft auch hier nichts, eine Sparkasse ist ein Wirtschaftsbetrieb und muss das Geld ihrer Kunden möglichst gewinnbringend einsetzen. Wertpapiere haben das rote Sparbuch auch hier längst verdrängt. Was nicht alle wissen: Johannes Scharrer, Magistratsrat und treibende Kraft hinter der Gründung 1821, hatte als vornehmliche Aufgabe vor allem im Blick, das Geld der Dienstboten und wenig begüterten Bevölkerung zu verwalten, damit diese Schicht etwas abgesichert ist und den kargen Lohn nicht schnell verprasst. Ein erzieherischer Gedanke, der heute fast übergriffig klingt. Geblieben ist aber die Orientierung aufs Gemeinwohl der Stadtgesellschaft und des Landkreises bis heute.

Auch andere Geldhäuser engagieren sich als Sponsoren und langjährige Unterstützer von öffentlichen Einrichtungen, Vereinen und Initiativen. Das gehört zur Imagepflege. „Unser Engagement, alle gesellschaftlichen Lebensbereiche gleichwertig zu fördern, ist aber über Jahre zu unserer DNA geworden“, sagt Michael Kläver, stellvertretendes Vorstandsmitglied und verantwortlich für die Unternehmenskommunikation. Das kann man seit neuestem am Nordostbahnhof in Nürnberg überdimensional sehen: Ein haushohes Graffiti zierte dort seit September 2021 die Fassade der Sparkassen-Filiale, die niederländischen Mural-Künstler Telmo Miel haben es dort hingezaubert. Es zeigt ein Kind und eine Frau und soll das Miteinander der Generationen verbild-

lichen. Solche Fassadenkunst ist schon länger auf der Agenda des Sparkassen-Engagements. Damit Nürnberg bunter werden kann, und das mit künstlerischem Anspruch.

Von Wipfel zu Wipfel

Sport ist ein anderes Standbein: Nicht nur der Club (praktisch, dass da Rot in den Vereinsfarben aufscheint) und die Falcons-Basketballer, sondern auch der Breitensport stehen im Fokus der Geldgeber. Kunst und Kultur sind über die Zukunftsstiftung der Sparkasse ebenso Empfänger wie Umweltprojekte. Der bislang größte Brocken mit einer Einzelförderung von drei Millionen Euro ist die Beteiligung am geplanten Waldpfad in luftiger Höhe quer durch den Tiergarten. Sogar übernachten können soll man unterm Blätterdach. Die Nürnberger Symphoniker werden langfristig unterstützt, ebenso das Projekt „Musik öffnet Welten“ für die Musikvermittlung an Kinder. „Hochkultur und Projekte, die in die Breite gehen, das ist ein durchaus gewollter Spagat und widerspricht sich nicht“, beschreibt Michael Kläver die Herangehensweise.

Ganz feste Kriterien für die Förderung gibt es nicht. „Es geht uns um das Wohl der Bürger, um eine allgemeine Steigerung der Lebensqualität in unserem Einzugsgebiet.“ Sport, Kultur und Umwelt sind die großen Zielrichtungen. Wer zum Zug kommt, entscheiden die Stiftungsgremien. „Aber auch da ist uns Nachhaltigkeit immer am wichtigsten.“ Einmalige Spenden können vielen Vorhaben zwar helfen und wurden im Jubiläumsjahr 2021 noch großzügiger verteilt. Aber eine längerfristige Zusammen-

arbeit und Sichtbarkeit ist allen Beteiligten lieber. „Wir fragen uns bei jedem Antrag: Passt es ins Gesamt-Engagement? Wir wollen nicht mit der Gießkanne rumgehen. Die Investitionen sollen für möglichst viele Menschen spürbar sein.“

Das kann also ein Biotop bei Kornburg, bei dessen Ankauf die Sparkassenstiftung half, genauso sein wie der Taekwondo-Stützpunkt oder ein Spielplatz in Brennpunktvierteln. Ziel ist es, langfristig Veränderungen zu begleiten. „Von Strohfeuern haben wir alle nichts“, so Kläver. Vermehrt wollen die Entscheider bei der Sparkasse auch Brücken schlagen zwischen den verschiedenen Akteuren in der Stadt. Kindertheater hier, soziokulturelle Projekte dort und finanzieller Einsatz für mehr Grün in der City gehen da durchaus zusammen. Das führt dann zu größeren Fragen, von denen auch ein regionales Geldinstitut profitieren kann, das ja in einer globalen Finanzwelt mitschwimmen muss: Was macht die Identität dieser Region aus? Welche Themen stehen in der Zukunft an? „Wir können da viel lernen und mit den Projektpartnern manches anstoßen“, ist Kläver überzeugt.

Gibt es nicht Kritik von Kunden, die „ihr“ Geld lieber so angelegt sehen wollen, dass der Gewinn in Zahlen sichtbar ist? „Das kommt ganz selten vor, insgesamt bekommen wir mehr positive Rückmeldungen“, sagt der stellvertretende Vorstand. Auch deshalb stellt man sich bei Förderprojekten breit auf. Aktionen wie die „Roten Engel“, die im Advent Spenden verteilen, Unterstützung für nachhaltige Start-ups oder die Hutanger im Hersbrucker Land – in so unterschiedlichen Engagements sieht die Sparkasse keinen Widerspruch. Sie alle werden die Zukunft der Region mitprägen. ■

Der Blick vom Waldpfad über das Baumkronenbett in den Tiergarten.



Platz erinnert an früheren OB

Ein Platz vor dem Germanischen Nationalmuseum trägt seit 18. Oktober 2021 einen neuen Namen: Dr.-Peter-Schönlein-Platz. Der Namensgeber war von 1987 bis 1996 Oberbürgermeister der Stadt Nürnberg. Während seiner Amtszeit setzte er sich maßgeblich dafür ein, dass Nürnberg zur Stadt der Menschenrechte wird mit dem Internationalen Nürnberger Menschenrechtspreis, der Straße der Menschenrechte und zahlreichen Veranstaltungen.



Foto: Christine Dierenbach



Foto: Eduard Weigert

Gerberhaus lebt auf

Mit vier Millionen Euro – ihrer nach dem Pellerhof größten Investition – haben die von Karl-Heinz Enderle geführten Altstadtfreunde ein abbruchreifes Gebäude aus dem 17. Jahrhundert in ein Schmuckstück verwandelt. Sieben Wohnungen und eine Gewerbeeinheit entstanden in dem Gerberhaus in der Hinteren Ledergasse 43, das nach der aufwändigen Sanierung im Inneren mit Sichtfachwerk, einer barocken Eingangshalle, einer Zisterne und Resten von Wandmalerei punktet. Die Mieterinnen und Mieter kommen auch in den Genuss eines idyllischen Innenhofs.

Eine Halle für Sport und Events

Für Freunde von Events und Sport, zum Beispiel der Basketballer der Nürnberg Falcons, gibt es eine neue Adresse im Südwesten Nürnbergs: Dr.-Ingeborg-Bausenweinstraße 1. Am Tillypark steht die neue Kia Metropal Arena. Sie bietet Platz für maximal 4 000 Zuschauerinnen und Zuschauer. Oberbürgermeister Marcus König hat das Leuchtturmprojekt in der Metropolregion am 25. August 2021 nach nur 14 Monaten Bauzeit eröffnet. Die Stadt Nürnberg betreibt die Kia Metropal Arena. Die Halle ist sowohl für Sportarten wie Basketball, Handball, Hallenhockey, Volleyball oder Futsal als auch für Ringen oder Rhythmische Sportgymnastik sowie für Konzerte, Galas und Shows geeignet.



Foto: HVE Schule und Sport

Lichtenreuth überzeugt

Über 1 000 Namensvorschläge sind aus der Bürgerschaft für den neuen Stadtteil im Südosten beim Kommunikationsamt der Stadt eingetroffen. Lichtenreuth war eigentlich nur als Provisorium gedacht gewesen. Doch offenbar gefiel der Name für das neue Quartier auf dem ehemaligen Südbahnhof so gut, dass die meisten Zuschriften Lichtenreuth nannten. Das hat dann auch die Jury – und am Ende den Nürnberger Stadtrat – überzeugt. In dem Stadtteil entsteht die neue Technische Universität Nürnberg. Ein weiterer wichtiger Schritt war die Grundsteinlegung für das erste Gebäude im August 2021. Es ist die zehnte staatliche Universität in Bayern und die erste Neugründung seit 40 Jahren. Bis zu 6 000 Studierende und 240 Professuren sind geplant.

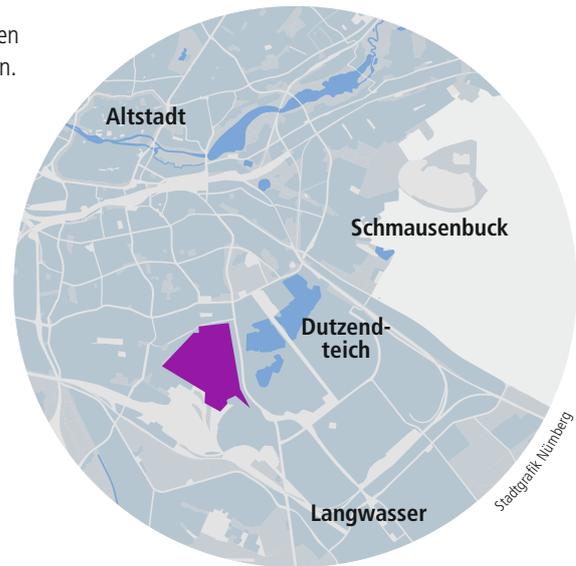


Foto: Christine Dierenbach

Kunst im Schließfach

Die 48 Fächer der „Modulgalerie – Der Kopf passt ins Innere / the head fits inside“ von Kasia und Olaf Prusik-Lutz machen aus der einstigen Kofferschließanlage im nordwestlichen Teil der Lorenzer Passage einen Galerie-Ort mit Überraschungsabsicht. Das System ist so verändert, dass die Ein-Euro-Münze nach dem Öffnen und Schließen des Fachs wieder herauskommt – es sei denn, man spendet sie. Denn hinter den Türen verbirgt sich Kunst. Mit der neuen „Modulgalerie“ ist auch der erste Schritt zur Aufwertung der Passage getan. Sie soll heller, moderner und freundlicher werden: Auf die bauzeitliche Gestaltung aus dem Jahr 1978 soll zwar Bezug genommen, die Passage aber zeitgemäß modernisiert werden. Die Arbeiten sollen in der zweiten Jahreshälfte 2022 beginnen und Ende 2023 fertig sein.

Enver-Şimşek-Platz

In Erinnerung an das erste Todesopfer der Terrorgruppe „NSU“ trägt der Tatort auf dem Parkplatz an der Liegnitzer Straße in Langwasser den Namen Enver-Şimşek-Platz. Oberbürgermeister Marcus König (re.) hat gemeinsam mit Şimşeks Sohn Abdulkerim am 13. September 2021 bei einer Gedenkveranstaltung das Straßenschild enthüllt. Am 9. September 2000 hatte die Terrorgruppe „NSU“ den Blumenhändler in seinem Verkaufsstand auf dem Parkplatz an der Liegnitzer Straße mit acht Schüssen lebensgefährlich verletzt. Am 11. September 2000 erlag Şimşek seinen Verletzungen. Mit einer kleinen Zeremonie erfolgte die Einweihung des Platzes. Im Vorfeld war er durch den Servicebetrieb Öffentlicher Raum Nürnberg gestaltet worden.



Foto: Helga Riedl

204
Jahre



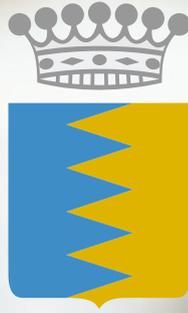
Weil's um mehr als Geld geht.

Weil's um die Bildung unserer Kinder geht.



Erleben, wie sich Schule von morgen anfühlt -
der innovative Neubau der Bertolt-Brecht-Schule.
Dieses und weitere Zukunftsprojekte der Sparkasse Nürnberg
unter www.s-magazin.de/zweihundert

 Sparkasse
Nürnberg



**Seit 1251 sind wir nachweislich mit der
Geschichte und den Werten der Stadt Nürnberg
verbunden.**

**Setzen Sie bei der Wahl Ihres Immobilienmaklers
auf ein familiengeführtes Unternehmen, das für
Kontinuität und Verlässlichkeit steht.**

Ebner-Eschenbach Immobilien AG

Paniersplatz 35 • 90403 Nürnberg

0911 80 161 73

www.ebner-eschenbach.de





Kino unterm Sternenhimmel: Für den Sonnenuntergang haben nur wenige Gäste des temporären Autokinos am Flughafen ein Auge. Sie haben es sich in ihren Fahrzeugen gemütlich gemacht, den Blick auf die große Leinwand gerichtet. Zwischen den Vordersitzen rascheln Tüten mit Popcorn oder Nachos. Andere picknicken auf der Rücksitzbank oder haben sich gleich auf dem Klappbett ihres Campingbusses lang ausgestreckt, die Heckklappe geöffnet, ein Kissen unterm Kopf. Film ab!



Text Thomas Meiler **Fotos** Christine Dierenbach

Stadt, Land, Nacht

Himmelblau, Abendrot, pechschwarz: Erst wenn es richtig dunkel ist, schlägt die Stunde der Autokino-Fans. Andere flanieren durch die Altstadt oder suchen die Stille am Hafen. Nachts zeigt sich die Stadt in einem anderen Licht. Wenn der Club bei Flutlicht antritt, ist das Fußballglück perfekt.

„Non, je ne regrette rien“:

Wird es heiß in der City, treiben Menschengruppen ausgelassen durch die Gassen. Königstraße, Luitpoldstraße, die Fußgängerzone, Tiergärtnerplatz, Weißgerbergasse oder, wie hier im Bild, der Weinmarkt, sind Publikumsmagneten. Die Autos wurden aus der Straße verbannt, dafür haben sich Restaurants und Lokale breitgemacht, Menschen trinken und tafeln unter freiem Himmel. Ein Hauch von Paris im Schatten der Sebalduskirche.



Ein Schiff wird kommen: Das stille Wasser im Hafenbecken spiegelt die Lichter von Industrieanlagen und Warnleuchten. An manchen Tagen werden tonnenweise Güter umgeschlagen, dann rumpelt es gewaltig auf dem Kai. Kräne hieven Steine oder Kohle von Schiffen auf Waggons und Zugladungen mit Metallschrott, Recycling-Kunststoff oder Baumstämmen auf Kähne. Ist es ruhig, gehört das Hafenbecken den Fischen. Und den Anglern, die ihnen nachstellen.



Blaue Stunde: Der Blick über den Handwerkerhof, den Klarissenplatz mit dem Neuen Museum, den Frauentorgraben und das Opernhaus über die Südstadt hinaus schlägt einen weiten Bogen durch Nürnbergs Geschichte. Hier die Altstadt hinter der Stadtmauer und dem begrünten Stadtgraben, im Vordergrund der Handwerkerhof, dort das moderne Nürnberg mit Häuserblocks, Kraftwerks-Schloten und dem denkmalgeschützten Fernsehturm am Horizont. Ein Sommernachts-Märchen.

Volldampf im Hexenkessel: Spielt der 1. FC Nürnberg im Max-Morlock-Stadion, kocht die Seele der Club-Fans. Emotionen machen sich Platz, sogar außerhalb des Fußballtempels knistert die Luft. Fällt dann endlich ein Tor, entlädt sich die Anspannung abertausender Kehlen in einem einzigen Schrei. Mögen die großen Erfolge des Clubs auch schon ein Weilchen zurückliegen, wahre Clubberer halten ihrem Verein immer die Treue: „Ich bereue diese Liebe nicht!“



Raus aus der City: Wer will, ist schnell draußen auf dem Land oder auf dem Dorf, je nachdem. Zum Beispiel in Großgründlach, seit der Gebietsreform 1972 ein Stadtteil von Nürnberg. Der Ort feierte jüngst sein 1 000-jähriges Bestehen. Die Großgründlacher Hauptstraße besticht durch ihre schmucken Fachwerk- und Sandsteinhäuser. Sehenswert: Die Kirche St. Laurentius samt Wächterhaus und Bürgeramt sowie das Großgründlacher Schloss.





Ready for Future:

„Schon heute die Welt von morgen erleben“, verspricht das neue Zukunftsmuseum im Augustinerhof. Das auffällige Ensemble am Pegnitzufer ist so etwas wie die neue Herzkammer der Stadt. Neben dem Museum beherbergt der Komplex Shops, ein Hotel, ein Restaurant und ein Café. Das imposante Bauwerk zieht die Blicke auf sich. Die Spiegelung im Wasser der Pegnitz sieht man besonders schön von der Unteren Karlsbrücke aus.



Nürnberg streckt sich: Die Kräne wachsen in den Himmel, und mit ihnen die Stadt. Eine der größten Baustellen derzeit ist der sogenannte Seetor City Campus an der Ecke der Ostendstraße / Dr.-Gustav-Heinemann-Straße. Aktuell stechen vor allem Arbeitscontainer ins Auge. Und ein Dutzend Kräne, die hell beleuchtet, summend und surrend ihr T(r)agwerk verrichten – vergängliche Monumente des Fortschritts.



Himmlische Botschafterin

Kaum zu glauben, aber ein umfassendes Buch zum Nürnberger Christkind lag bisher nicht vor. Dabei ist das Christkind seit Jahrzehnten eine der bekanntesten Botschafterinnen für die Stadt Nürnberg in der Region, in Deutschland und im Ausland. Somit schließt der promovierte Historiker und Journalist Siegfried Zelnhefer mit diesem Band eine große Lücke. Als langjähriger Leiter des Presse- und Informationsamts der Stadt ist der gebürtige Nürnberger ein profunder Kenner der Christkinder, ist doch das Amt offiziell zuständig für die himmlische Botschafterin. In 13 Kapiteln beschreibt der Autor, unterstützt von Annamaria Böckel, die Entwicklung des historischen Christkindlesmarkts, die Wahl des Christkinds, den Prolog, den es nicht nur zur Eröffnung spricht, die Eröffnungszeremonie und geht auf die vielen Helferinnen und Helfer ein, die das Christkind unterstützen. Zelnhefer hat alle noch lebenden Christkinder interviewt, dabei auch einige Geschichten und Anekdoten zusammengetragen. Das Autoren-duo Zelnhefer und Böckel geht der Frage nach, wie die Figur des Christkinds entstanden ist, und welche Aufgaben es in seiner Amtszeit erfüllt. Das Buch lebt auch von den zahlreichen Fotos, die buchstäblich einen Einblick in das Leben der Christkinder ermöglichen. Eine kleine Chronik von 1530 bis 2020 (dem Jahr, als der Christkindlesmarkt erstmals wegen Corona abgesagt werden musste) und die Namen der Christkinder seit 1948 runden das Werk ab.

Siegfried Zelnhefer: Das Nürnberger Christkind, Ars Vivendi Verlag, Cadolzburg 2021, 192 Seiten, 22 Euro, ISBN 978-3-7472-0314-9.

Die Stadt der Reichsparteitage

Seit 2001 informiert das Dokumentationszentrum Reichsparteitagsgelände über die belastete Geschichte des historischen Orts im Südosten der Stadt. Derzeit wird das zum Besuchermagneten gewordene Haus grundlegend umgebaut. Doch auch während der Bauphase bekommen Besucherinnen und Besucher einen Einblick in die Entwicklung der Reichsparteitage der Nationalsozialisten aus lokalgeschichtlicher Perspektive. Zur Interimsausstellung „Nürnberg – Ort der Reichsparteitage“, die in der großen Ausstellungshalle zu sehen ist, haben die Museen der Stadt Nürnberg jetzt auch einen umfangreichen Katalog herausgebracht. Ausstellung und Katalog setzen schon vor der Zeit der nationalsozialistischen Herrschaft an, beginnend bei der Entwicklung Nürnbergs während der Weimarer Republik. Die weiteren Kapitel widmen sich dem Phänomen der Reichsparteitage und der Nutzung des Geländes während der Kriegsjahre, als dort unter anderem Kriegsgefangene und Zwangsarbeiter interniert waren sowie Jüdinnen und Juden aus der Region von hier aus deportiert wurden. Der schwierige Umgang mit dem Gelände seit 1945, die Nutzung für Freizeit, Kultur und Erinnerung mit allen Chancen und Problemen bildet den Abschluss. Die Kuratorinnen Martina Christmeier und Melanie Wager haben sich bewusst dazu entschieden, für die Ausstellung auf Bilder der NS-Propaganda zu verzichten. Stattdessen zeigen Amateurfotos die Wirkung der Massenveranstaltungen auf die Stadtgesellschaft. Und die Autorinnen porträtieren Menschen, die mit der Geschichte des Ortes verbunden sind – Täter wie Opfer, Erwachsene und Kinder. Historische Aufnahmen verschiedener Areale des ehemaligen Reichsparteitagsgeländes, denen aktuelle Aufnahmen gegenüberstehen, helfen bei der Orientierung.

Museen der Stadt Nürnberg (Hg.): Nürnberg – Ort der Reichsparteitage. Inszenierung, Erlebnis und Gewalt, Michael Imhof Verlag, Petersberg 2021, 180 Seiten, 18,95 Euro, ISBN 978-3-7319-1143-2.



Kurz notiert

Ade, alte Feuerwache

Mit „Charme.Alarm“ hat der Förderverein Nürnberger Feuerwehrmuseum eine Broschüre zur Geschichte einer Institution herausgegeben. Anfang 2021 ist die Feuerwache 1 nach 119 Jahren am Standort in der Reutersbrunnenstraße in ihr neues, modernes Domizil ein paar hundert Meter weiter westlich gezogen. Autorin Anabel Schaffer und Fotograf Tilmann Grewe lassen zum Abschied die Geschichte der historischen Wache Revue passieren. Von den Anfangsjahren, in denen noch pferdebespannte Einsatzfahrzeuge ausrückten, über einen Besuch in der hauseigenen Schmiede bis in den „Modetempel der Feuerwehr“ führt die Liebeserklärung zum Schmökern.

Förderverein Nürnberger Feuerwehrmuseum e.V. (Hg.): *Charme.Alarm – Geschichte und Geschichten zur alten Feuerwache 1, Nürnberg 2021, 64 Seiten, erhältlich mit dem Feuerwehr-Kalender „Lebensretter – 2022“ (14,50 Euro) zum Kombipreis von 16,95 Euro. Bestellungen an: feuerwehrkalender@stadt.nuernberg.de*

Menschen machen Markt

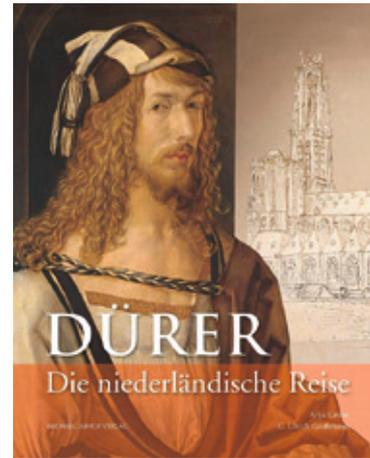
Den Leuten vom Hauptmarkt widmet sich ein liebevoller Monatskalender aus dem Bartlmüller Verlag. Die Aufnahmen sind ausnahmslos in schwarz-weiß gehalten und – vintage oder avantgardistisch, je nach Betrachtungsweise – analog fotografiert, also auf Film. Sabine Weiß und Wolfgang Gillitzer, treue Kunden des Wochenmarkts, waren während des Corona-Lockdowns froh über jedes Gespräch und jede Begegnung auf dem Marktplatz. So reifte die Idee zu diesem persönlichen Kalender, in dem sich auch das Nürnberger Ex-Christkind Benigna Munsli wiederfindet – stellvertretend für alle, die gern zum Hauptmarkt kommen.

Sabine Weiß, Wolfgang Gillitzer: *Die Leute vom Hauptmarkt 2022, Bartlmüller Verlag, Nürnberg 2021, 19 Euro, ISBN 978-3-942953-82-5.*

„Wärschdlamoo“ und Schusserboom

Auf dem Titel des Buchs „Die Zeit verrinnt – Momente bleiben“ ist ein Schwarz-Weiß-Foto mit Kindern zu sehen, die schussern – ein früher beliebtes Kinderspiel mit Glas-Murmeln. 17 fränkische Autorinnen und Autoren haben sich an die Zeit zwischen 1945 und 1960 erinnert. Unter ihnen sind neben Journalistinnen und Journalisten auch Pfarrer, Lehrer, Historiker, ein Sparkassendirektor und zwei Bürgermeister. Ulrich Rach hat als Herausgeber all diese Geschichten zusammengetragen. Im Buch taucht unter anderem ein „Wärschdlamoo“ auf, der in Hof Wienerla aus einem kupfernen Wurstkessel heraus verkauft.

Ulrich Rach (Hg.): *Die Zeit verrinnt – Momente bleiben. Kindheits- und Jugenderinnerungen an die Nachkriegsjahre. Ein zeitgeschichtliches Lesebuch, Ulrich Rach, Ansbach 2021, 212 Seiten, 19,80 Euro, ISBN 978-3-00 069037-2.*



Unterwegs mit AD

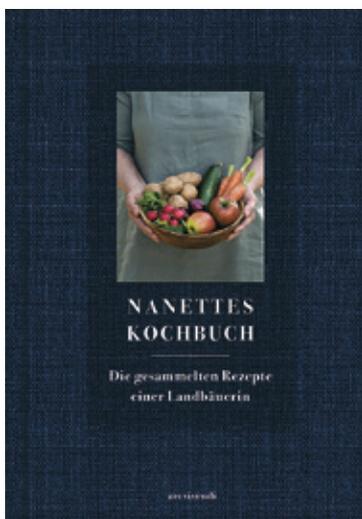
Beim Durchblättern von Reiseführern packt einen ja meist die Lust, sich sofort auf in die beschriebenen Orte zu machen. Es kann einem aber auch mit Kunstbüchern passieren, etwa mit dem hervorragend recherchierten und gestalteten Band „Dürer. Die niederländische Reise“ von Anja Grebe und G. Ulrich Großmann. Von Juli 1520 bis August 1521 besuchte Albrecht Dürer (1471-1528) in Begleitung seiner Gattin Agnes sowie einer Magd über 130 Orte in den heutigen Staaten Deutschland, Belgien und Niederlande. Dabei fertigte er nicht nur 80 erhaltene Zeichnungen und einige Gemälde an, sondern schrieb ein Tagebuch, das zugleich als Rechnungsbuch fungierte. Im Original ist der einzige bekannte Reisebericht eines bildenden Künstlers der Renaissancezeit zwar nicht erhalten, aber in zwei Abschriften aus dem späten 16. und frühen 17. Jahrhundert. Sie sind im Anhang des opulenten Bandes erstmals vollständig transkribiert in gedruckter Form wiedergegeben und erlauben den Lesenden, sich Albrecht Dürer in dessen O-Ton als Reisegefährten anzuschließen. Doch der Reihe nach: Das Buch beginnt mit Dürers Reisen nach Italien (ab 1495 und 1505 bis 1507), dann folgt außerordentlich detailliert eine Begleitung in Wort und Bild der niederländischen Reise. Man erlebt den Nürnberger beim Netzwerken, besichtigt mit ihm Bauten und Kunstschätze und erfährt von seinen Kunstaufträgen. AD verkehrte bei Hofe, ließ sich einladen, machte Geschenke und erhielt welche. Dürers Notizen werden von dem Autorenduo ebenso kenntnisreich wie lesefreundlich erörtert und in (kunst-)historische Bezüge gesetzt. Zu zeitgenössischen Stichen, Zeichnungen und Gemälden der Ort- und Landschaften gesellen sich Fotos von heute. So entsteht ein Sog, dem sich Geschichts-, Kunst- und Reiseinteressierte schwer entziehen können – und schon gar nicht wollen.

Anja Grebe, G. Ulrich Großmann: *Dürer. Die niederländische Reise, Michael Imhof Verlag, Petersberg 2021, 316 Seiten, 34,95 Euro, ISBN 978-3-7319-0954-5.*

Hausmannskost und Erinnerungen

Katholische Kirchweihküchle sind rund mit dickem Rand, evangelische rechteckig und luftig wie Kissen. Die evangelische Version bereitete Nanette Herz (1927-2018) mit viel Liebe zu – und mit viel Puderzucker. In „Nanettes Kochbuch. Die gesammelten Rezepte einer Landbäuerin“ steht, was man sonst noch braucht. Zudem erzählt es ihre Geschichte: Wie sie die Familie und Gäste versorgte, sich für Frauen auf dem Dorf engagierte, verreiste, sich weiterbildete oder den Feldarbeitern auf dem Motorrad das Mittagessen brachte. Das Kochbuch entstand in Zusammenarbeit mit Nanette Herz' Familie und präsentiert Hausmannskost, wie Nanette sie in ihrem Gasthof in Cadolzburg servierte. Brotzeit- und Gemüsegerichte, Salate und Suppen gehören genauso dazu wie Fisch, Fleisch und Süßspeisen. Leserinnen und Leser erfahren, dass Obatzder auf Fränkisch „Gerupfter“ heißt und die Zutaten bei der Zubereitung Zimmertemperatur haben sollten. Der Fisch für die gebackenen Karpfen kam aus den Teichen der Familie, das Fleisch von eigenen Tieren, die komplett verwertet wurden – so geht regionale und nachhaltige Küche. Seine liebevolle, detailorientierte Aufmachung macht das Kochbuch zu etwas Besonderem. Moderne Foodfotografie begleitet ausgewählte Rezepte und konzentriert sich auf die natürlichen Farben der Zutaten: dunkelgrüner Lauch, blassgelbe Zitronen, Nahaufnahmen der Karpfenflossen. Alte Fotos lassen die Stimmung zur Kirchweih und bei Familienfeiern lebendig werden, handgeschriebene Speisepläne und Notizen in Sütterlinschrift sorgen für ein stimmiges Gesamtbild. „Nanettes Kochbuch“ regt dazu an, traditionelle fränkische Gerichte auszuprobieren. Vor allem aber macht es Spaß, in diesem Familienschatz zu stöbern.

Nanettes Kochbuch. Die gesammelten Rezepte einer Landbäuerin, Ars Vivendi Verlag, Cadolzburg 2021, 255 Seiten, 20 Euro, ISBN 978-3-7472-0295-1.



Zeitreise im Jugendstil

Fassaden mit fantasievollen floralen Ornamenten, Schulburgen mit Uhrenturm und lichtdurchflutete Innenräume – so sieht Jugendstil in Nürnberg aus. Das Stadtarchiv präsentiert dazu in dem aktuellen Kalender „Jugendstil in Nürnberg 2022“ zwölf stimmungsvolle Schwarz-Weiß- und Farbfotografien. Kurz nach der Jahrhundertwende von 1900 entstanden viele dieser Architekturschätze, einige können noch heute besichtigt werden. Die ältesten Fotos im Kalender stammen aus dem Jahr 1916, ebenso sind aktuelle Bilder von 2021 dabei – eine spannende Gegenüberstellung von Gegenwart und Vergangenheit. So widmet sich der Monat Oktober einer Aufnahme der burgähnlichen Bismarckschule, erbaut nach Entwürfen des städtischen Oberbauers Georg Kuch (1862-1928) und laut Stadtarchiv das ausgeprägteste Jugendstilgebäude im öffentlichen Bereich. Über hundert Jahre später entstand ein Foto der Fassade des Wohnhauses Laufertorgraben 2 von Architekt Jakob Schmeissner (1874-1955) – ein Hingucker am Prinzregentenufer, den der Kalender im Juni zeigt. Bekannt dürfte vielen die Eingangshalle des Volksbads am Plärrer sein, aber auch das frühere Foyer des Opernhauses war im Jugendstil gestaltet. Es galt zu seiner Entstehungszeit als teuerster Theaterbau Europas. Mit dieser Bildauswahl veranschaulicht der Kalender einen Aspekt der Nürnberger Architektur und ist eine gelungene Einladung zu einer kleinen fotografischen Zeitreise: dazu, sich bei einem Stadtspaziergang einmal auf die Spuren des Jugendstils zu begeben.

Stadtarchiv Nürnberg: Jugendstil in Nürnberg, Verlag Ph. C. W. Schmidt, Neustadt an der Aisch 2021, 19,90 Euro, ISBN 978-3-87707-219-6.

**WIR BRINGEN TRADITIONELLES
HANDWERK IN DIE GEGENWART.
UND MIT DATEV IST UNSERE
BUCHHALTUNG UP TO DATE.**

In der Holzmanufaktur Rottweil kümmert man sich mit ganzem Herzen darum, historische Holzobjekte zu restaurieren. Mit den digitalen DATEV-Lösungen für das Rechnungswesen hat das Unternehmen jederzeit den Überblick über die aktuellen Geschäftszahlen und eine optimale Verbindung zu seiner Steuerberatung.



Hermann und Adelina, Inhaber und Prokuristin
HOLZMANUFAKTUR Rottweil

[GEMEINSAM-BESSER-MACHEN.DE](https://www.gemeinsam-besser-machen.de)



Zukunft gestalten.
Gemeinsam.

Bildungszentrum NÜRNBERG

1921

100

2021

www.bz.nuernberg.de/themen/100-jahre-bz

100 JAHRE BILDUNGSZENTRUM
WIR ÖFFNEN WELTEN

Impressum

Nürnberg Heute Heft Nr. 110 / November 2021 / www.nh.nuernberg.de

Herausgeberin:

Stadt Nürnberg, Amt für Kommunikation und Stadtmarketing, Fünferplatz 2,
90403 Nürnberg, Telefon 09 11 / 2 31-23 72, Fax 09 11 / 2 31-36 60
komm@stadt.nuernberg.de, www.nuernberg.de

Redaktion: Andreas Franke (verantwortlich), Annamaria Böckel (Koordination),
Alexandra Foghammar, Markus Jäkel (Koordination), Andreas Leitgeber,
Thomas Meiler, Hanna Quitterer

Gestaltung: Stadtgrafik Nürnberg / Ralf Weglehner, Elisabeth Dötzer

Anzeigenverwaltung: Martina Chytil, Aynur Aydın-Gümüş, Doris Ammon
Telefon 09 11 / 2 31-53 19, -50 88, -50 89

Druck / Verarbeitung: Hofmann Infocom GmbH, Emmericher Str. 10,
90411 Nürnberg

Auflage: 35 000 Exemplare, gedruckt auf FSC-zertifiziertem Papier

Das nächste „Nürnberg Heute“ erscheint im Juni 2022. Das Magazin liegt in den Rathäusern, den Häusern der Stadtbibliothek und weiteren städtischen Einrichtungen zur kostenlosen Mitnahme aus.



REAL ESTATE | Nürnberg GmbH



HABEN SIE EINE IMMOBILIE? WIR KAUFEN SIE!

Wir sind ein inhabergeführtes Immobilienunternehmen und kaufen Wohnimmobilien im Städtedreieck

Nürnberg – Fürth – Erlangen und in München.

Unser Fokus liegt auf Miethäuser, Wohn- und Geschäftshäuser sowie die klassische Eigentumswohnung. Seit 2010 sind wir als Wohnungsunternehmen mit Hauptsitz in Nürnberg aktiv. Bei uns sind Sie richtig, wenn Sie Ihr Mehrfamilienhaus bzw. Ihre Eigentumswohnung verkaufen oder vermitteln möchten. Dank unserer spezialisierten Geschäftsbereiche können wir Sie bei jedem Vorhaben optimal begleiten – kompetent, zuverlässig und unbürokratisch. Wir haben kurze Entscheidungswege, handeln schnell und sind für unsere unkomplizierte Abwicklung bekannt.

Sprechen Sie uns an! Wir freuen uns auf Ihr Immobilienangebot!

NÜRNBERG MÜNCHEN

WEISS Real Estate Nürnberg GmbH

Königstorgraben 11
D - 90402 Nürnberg

T +49 (0) 911 – 13 13 36 20

F +49 (0) 911 – 13 13 36 29

info@weiss-nuernberg.com

www.weiss-nuernberg.com

Maximilianstr. 2

D - 80538 München

T +49 (0) 89 – 20 500 85 766

F +49 (0) 89 – 20 500 81 50

info@weiss-muc.com

www.weiss-muc.com

Wir elektrisieren Nürnberg.

Weil unser Herz hier schlägt, setzen wir uns für Nürnberg und die Region ein:

Indem wir Arbeitsplätze sichern, die regionale Energiewende vorantreiben und fördern, was unsere Gemeinschaft stark macht.

Erfahren Sie hier mehr über unser Engagement:
www.n-ergie.de

Unsere
Stromkunden
erhalten
automatisch
100%
Ökostrom.

