



Foto: Leon Geisler



Foto: Andreas Kist



Nirgend ist die Stadt bunter

Text Alexandra Foghammar

Die Kulturläden sind aus der Stadtgesellschaft nicht mehr wegzudenken. Entstanden als soziokulturelles Experiment, spiegeln sie heute die Vielfalt der Gesellschaft.

Ein Nachmittag in Nürnberg: Hier werden Sandsteine von einer Gruppe lernender Bildhauerinnen und Bildhauer bearbeitet, dort lernen sich Flüchtlinge und aufgeschlossene Bürgerinnen und Bürger bei einem Kaffee kennen und nebenan diskutiert eine Männerrunde über die späte Liebe. Einige Teilnehmende eines Töpferkurses wechseln gerade zur Diskursveranstaltung „Würdig wohnen“, ein Schachturnier steht kurz vor der Siegerehrung, Mädchen und Jungen folgen gebannt einem Kindertheater. Maschinen rattern in einer offenen Nähwerkstatt und eine Autorengruppe liest aus eigenen Werken. Saatgut alter Nutzpflanzen wechselt die Besitzer und Schulkinder sind mit Eifer bei einem Projekt gegen Rassismus. Ganz schön viel los – aber wo?

Elf Häuser in elf Stadtteilen und eine mobile Einheit, das sind die Nürnberger Kulturläden. Unter dem „Dach“ des Amtes für Kultur und Freizeit der Stadt Nürnberg folgen sie seit fünf Jahrzehnten dem Motto „Kultur von allen für alle“: Menschen aller Altersgruppen, aller sozialer und aller kultureller Hintergründe finden in den dezentralen Einrichtungen niedrigschwellige Veranstaltungen, Kurse und Workshops. Zielgruppenspezifische Angebote greifen Bedürfnisse und Wünsche der Stadtteilbewohnerinnen und -bewohner auf, etwa mit einem Tanzkurs für Kinder oder einer Info-Veranstaltung über Fake News, und aufsuchende Kulturarbeit begleitet aktuelle Stadtentwicklungsprojekte. Die Kulturläden bieten Einzelpersonen ebenso wie Gruppen oder Initiativen Raum zur Entfaltung

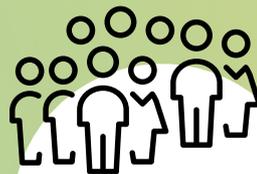


der eigenen Kreativität. Sie ermöglichen Begegnung sowie interkulturellen Austausch und erreichen Bürgerinnen und Bürger, die sich von den großen Kulturinstitutionen kaum angesprochen fühlen. Teilhabe und Integration – hier finden sie statt.

Am Anfang stand ein soziokulturelles Experiment in den 1970er-Jahren, als man begann, kulturelle Teilhabe in der Breite der Bevölkerung umzusetzen. Hermann Glaser (1928-2018) war von 1964 bis 1990 Schul- und Kulturreferent der Stadt Nürnberg und hatte die Idee, analog zum sozialen Treffpunkt „Tante-Emma-Laden“ in den Stadtteilen Kulturläden zu schaffen. Dabei ging es neben einer dezentralen, kulturellen Grundversorgung vor allem um das Schaffen von Begegnungen. In einer leerstehenden Wohnung an der Rothenburger Straße öffnete am 3. Dezember 1975 der erste Kulturladen in Nürnberg. Das Konzept wurde zum bundesweiten Vorbild für Zentren kultureller Aktivitäten, vor allem in bislang unterversorgten Vierteln. In den folgenden Jahrzehnten entwickelte sich ein Netz mit weiteren Einrichtungen in städtischer Hand. 2023 folgte die KommVorZone als mobiler Kulturladen mit partizipativen Projekten im öffentlichen Raum. So rückt in diesem Jahr der Melanchthonplatz ins Blickfeld, zu dessen Umgestaltung die Nachbarschaft kreative Ideen beisteuern kann.

Einzelne Kulturläden zeichnen sich durch Schwerpunkte aus, wie Blues Jam in Vischers Kulturladen, ökologische Nachhaltigkeit im Kulturladen Röthenbach, Frauenkabarett im Loni-Übler-Haus oder Kunst im Zeltnerschloss. Alle Einrichtungen sind so unterschiedlich wie ihre Stadtteile. Was sie eint, ist ein übergeordnetes Jahresthema. 2025 heißt es „12xDA“ und fokussiert sich auf das Zusammenleben und den Austausch in einer demokratischen Gesellschaft: unter anderem mit einem Stadtteilpicknick für die Menschenrechte, einer Demokratiebox für Schülerinnen und Schüler sowie einer mobilen Kultursauna.

Das Netz der Nürnberger Kulturläden ist wie ein Kaleidoskop der Stadtgesellschaft. Immer wieder ergibt sich ein neues buntes Bild, das schon Hermann Glaser 1973 vor Augen hatte: „Kultur hat als hervorragendes Medium für Kommunikation und Sozialisation ihren Schwerpunkt in der Stadt. In einer Stadt, mit der sich der Mensch identifizieren kann, in der er sich wohlfühlt.“



Über 380 000
Besucherinnen
und Besucher
(2024)



Rund 3 000 Angebote
mit 17 000 Einzelterminen

Foto: Manuela Bernecker

Die gefragtesten Angebote:

1. Stadtteilstefte,
Märkte, Festivals

2. Kulturveranstaltungen, vor allem Konzerte

3. Kursangebote



Foto: Andrea Dobler