

AUSSTELLUNGEN

Edel, teuer und tot

„Napoleon“ – so großspurig schlicht wirbt die jüngste Schau des Historischen Museums zu Speyer um Besucher. Der laute Stil des Hauses ist pures Marketing. Und er hat Erfolg.

Nur die allerhöchsten Herrschaften treffen sich in der alten Kaiserstadt Speyer. In der Krypta unter dem Dom ist zum Beispiel der Canossa-Waller Heinrich IV. bestattet oder Rudolf von Habsburg. In jüngerer Zeit umfächelte ihr Nachfolger Helmut Kohl hier ausländische Monarchen wie Michail Gorbatschow und Margaret Thatcher mit dem Mantel der Geschichte und führte sie anschließend in die Geheimnisse der pfälzischen Küche ein. Saumagen und Weltpolitik – Speyer ist Tradition und fettige Gegenwart in einem. Das hat mit einer deutschlandeinmaligen Konsequenz Meinrad Maria Grewenig, 43, erkannt, Direktor des Historischen Museums der Pfalz im Schlagschatten des Speyrer Doms. Zwar bringt es die Stadt nur auf 50000 Einwohner, doch kommt das Museum mit seinen Ausstellungen leicht auf ein Mehrfaches an Besuchern.

337 000 sahen 1995 „Leonardo“, im Jahr davor 316 000 den „Zarenschatz der Romanov“, und auch bei der neuen Ausstellung über Napoleon wird Grewenig voraussichtlich alle Rekorde brechen*.

Wieder einmal hat er mehr als 15 000 Werbebriefe an Reiseveranstalter und Pauschalunternehmen verschickt, ein „Napoleon-Fax“ ist eingerichtet, und für die Jugend hiphopt die „Marseillaise“ von der CD: „Allons, enfants de la patrie ...“



Napoleon-Hut: Eine Million Tote



Direktor Grewenig (vor Napoleon-Porträt): Pfälzische Überwältigungsstrategie

Die Kinder des pfälzischen Vaterlandes werden aus dem Staunen nicht mehr herauskommen. Zwar hat das Heer des großen Napoleon auch die Lande um Speyer und Oggersheim berührt, die nahe Stadt Kusel wurde 1794, wenn auch nur aus Versehen, von Revolutionstruppen dem Erdboden gleichgemacht und die gesamte Region für ein paar Jahre französisches Département, aber sonst verbindet Speyer eher nichts mit dem Empereur.

Das Pfälzer Museum verfügt auch keineswegs über einen bisher ungehobenen Bonaparte-Schatz, Überraschungen sind nicht zu erwarten, vielmehr stammen fast alle der gut 250 Ausstellungsstücke aus dem Musée National du Château de Malmaison in der Nähe von Paris.

Der promovierte Kunsthistoriker Grewenig (Doktorarbeit über den „Akt in der deutschen Renaissance“) hatte vor zehn Jahren bei einer Reise durch die Museen der USA eine Erleuchtung. Man müsse Ob-



Kaiserliche Schuhe

Dem Erdboden gleichgemacht

jekte auf „ihren sinnlichen Gehalt befragen“, damit den „Breitenmenschen“ ansprechen, „operativ“ werden. Kurz: „Baggern“ muß man und endlich über die „Pfalzbezogenheit“ hinaus.

Gegen die „Hardliner des elitären Museums“ sucht Grewenig kulinarische Themen, vorzugsweise in der Kombination edel, teuer und ziemlich tot. In den sechs Jahren, in denen er das Speyrer Museum leitet, ist ihm einiges gelungen. Mit einer Refinanzierungsquote von mehr als 50 Prozent durch Eintrittsgelder steht er in Deutschland an der Spitze.

Daß ihm Kritiker „kunsttouristische Massenveranstaltungen“ („Süddeutsche Zeitung“) vorwerfen oder daß er nur bessere Kaffeefahrten veranstalte, ficht Grewenig nicht an. Mögen sie in Wien bis

* Bis zum 27. September. Katalog im Hatje-Verlag; 256 Seiten; 39 Mark.

zum Sacharin-Schock ihre magerstüchtige Sissi feiern, in Kassel die Pferdeliebhabe-rin Katharina und im benachbarten Worms Nibelungen-Festspiele zelebrieren – Speyer kann bei diesen „Yellow press“-Präsentationen unschwer mithalten.

Keine Kunst: Bei seiner Neugestaltung des Hambacher Schlosses ließ Ausstellungs-kommissar Grewenig die Besucher von der Unternehmensberatung Roland Berger befragen; schließlich ist jeder „Cats“-Tourist ein potentieller Museums-gänger.

Begünstigt werden Grewenigs Marketing-strategien, weil sein Museum einer Stiftung gehört und er also unumschränkt über einen Etat von jährlich 14 Millionen Mark verfügen kann. Vom Bezirksverband Pfalz über die beiden Kirchen bis zum Historischen Verein reichen die Träger, die sich auf das Innovationstalent des Direktors verlassen.

Dabei gelang ihm al-lerhand: eine Leonardo-da-Vinci-Ausstellung praktisch ohne Leonardo; Teddybären im Wandel der Zeiten, oder für die Eingeborenen eine Schau über das „Mysterium Wein“. Ganz gleich, was Grewenig zeigt, es zieht die Besucher an aus nah und fern.

Keiner muß unbe-schenkt nach Haus gehen. Aus der Kunstge-schichte hat Grewenig gelernt, wie wichtig es ist, „Objekte zum Sprechen zu bringen“. Bei „Napoleon“ (Untertitel: „Feldherr, Kaiser, Mensch“) kommt folglich dessen Dreispitz zu Wort, vielsagend auch das bescheidene Bett un-ter dem Feldherrnzelt oder die allerliebsten Schühchen von Kaiserin Joséphine.

Warum sachlich, wenn's auch menschlich geht: Die Geschichte der französischen Re-volution fehlt ganz und gar, nicht einmal die leiseste Andeutung der deutschen Kleinstaaterie, statt dessen verweist man stolz auf das glasdurchwirkte Leichentuch, das den Kaiser beim Rücktransport von der Verbannungsinsel St. Helena schmück-te, damit den Toten nicht zu sehr fröre.

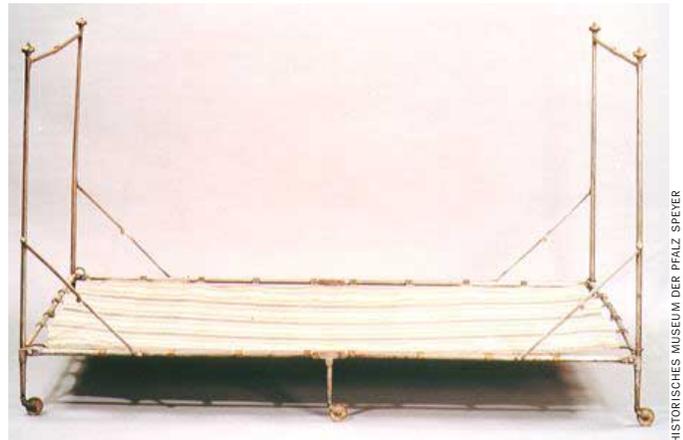
Blutrot ist die Grundfarbe hinter Bildern und Objekten. Das soll die „Blutspur“ be-zeichnen, die Napoleon in Europa vor 200 Jahren hinterlassen hat, eine Million Tote. Doch wie Napoleons „Überwältigungs-strategie“ (Grewenig) nun funktionierte, erklärt kein Laserstrahl.

Als Grewenig 1992 vom Saarland Mu-seum kam, wo er Stellvertretender Direk-tor, aber nicht so recht durchgedrungen war mit seinen Innovationen, bat er sich in Speyer einen erfolgsorientierten Vertrag aus: Sein Gehalt orientiert sich an den Be-sucherzahlen.

Ein Konzept, das aufgeht. Während an-derwo Etats gekürzt werden, kann sich Grewenig freuen: Fünf Millionen Mark konnte er für seinen Napoleon-Digest aus-geben, davon 400 000 für „Kommunika-tion“. „Wenn man nicht kommuniziert, gibt es keine Eintritte, dann habe ich kei-ne Einnahmen.“ Und wo ein Museum mas-senhaft Leute anzieht, wird die Kultur Standortfaktor.

Statt in den Freizeitpark möchte Grewenig die Leute in sein Museum locken, und sei es um den Preis, daß auch das Museum ein Freizeitpark mit Lasershows, Multi-vision, mit Merchandising und Koch-büchern wird.

Speyer liebt ihn dafür. Neben Paul Kuhn, der hier ein Gastspiel gibt, hängt in jedem Schaufenster der kleine Franzose mit der imperialen Hand in der Weste. Ein wenig



Feldbett Napoleons: *Blutspur durch Europa*

färbt der Kaiser auf seinen Vermittler ab: Wenn Grewenig durch die Stadt geht, wird er wie ein Provinzfürst begrüßt. In kürzester Zeit ist der gebürtige Saarbrücker hier in Speyer heimisch geworden. Als er sich systematisch dem Pfälzer Wein widmete, seien ihm die „Tore des Himmels aufge-gangen“. Soviel Pfalzbezogenheit muß schon sein.

„Reibungen zur Zeit“ erhofft sich Grewenig von seinen Ausstellungen, eine „Wertbestimmung am Ende des Jahr-hunderts“, aber vor allem müssen sie erfolgreich sein. Für seine „besonderen Verdienste um den Fremdenverkehr der Stadt Speyer“ ist der Direktor Grewenig vor zwei Jahren deshalb vom Hotel- und Gaststättenverband ausgezeichnet wor-den.

Auch wenn also Napoleon erst einmal gar nichts mit der Gegenwart zu tun hat, steht seine „Überwältigungsstrategie“ für alle Fälle drohend im Raum. Und vielleicht ist der alte Napoleon doch der rechte Mensch für unsere politikmüde Zeit, ein „Gewaltmensch“, wie die „Frankfurter All-gemeine“ so schön schrieb, der 40 Jahre vor der landauf, landab gefeierten 1848er Revolution zeigte, „wie man ohne alle Rücksicht aufräumt“. *Willi Winkler*