

Bärenstark: Kunst auf der Straße



Bunte Aussichten: Bären wie diese hier im Ludwig-Erhard-Haus sollen bis zum nächsten Jahr die Straßen Berlins bevölkern und verschönern.

FOTO: H. LÜDERS

VON PETER SCHUBERT

Schrille, schockierende, interessante Werke: Immer mehr Künstler stellen im öffentlichen Raum aus

Mit dem Frühlingsbeginn ist wieder für Künstler die Freiluftsaison in Berlin eröffnet. Während im vergangenen Jahr vor dem Kanzleramt mehr als 100 Waschmaschinen aufgestellt wurden, um dreckige Wäsche zu waschen, und aus Anlass der Konferenz Urban 21 in der Innenstadt temporäre Gärten angelegt wurden, steht das Jahr 2001 diesmal ganz im Zeichen des Berliner Bären.

„Buddy-Bären“ heißen die Objekte, die eine gleichnamige Gesellschaft von heute an unter „www.buddy-bear.com“ für einen guten Zweck vertreibt. Mehrere hundert lebensgroße Kunststoff-Bären, von Künstlern bunt bemalt, sollen ein Jahr lang Berlins Straßen bevölkern – und ver-

schönern. Sowohl die Innenstadtbezirke Mitte und Charlottenburg/Wilmersdorf als auch Tempelhof/Schöneberg haben bereits schriftlich die Aufstellung der zwei Meter großen und fast 50 Kilo schweren Objekte genehmigt. Auch zirka 100 namhafte Unternehmen konnte Initiator Klaus Herlitz schon zum Mitmachen animieren. Schließlich werden die gesammelten Unikate zugunsten karitativer Einrichtungen versteigert.

Wie begehrt gerade Berliner Bärchen sind, zeigte schon eine Aktion des Nürnberger Kunstprofessors Ottmar Hörl im vergangenen Novem-

ber. Insgesamt 10 000 kleine Kunststoff-Bärchen hatte er auf dem Mittelstreifen der Prachtstraße Unter den Linden positioniert. Touristen und Berliner zeigten sich gleichermaßen von der Bären-Installation begeistert. Der Chef der Marketinggesellschaft Partner für Berlin, Volker Hassemer, hielt den Anblick gar für „ebenso interessant wie einst die Reichstagsverpackung durch Christo“.

Überhaupt scheint Berlin für derlei Events im öffentlichen Stadtraum ein gutes Pflaster zu sein. Vorbei die Zeiten, als man erst auf die „Documenta“ nach Kassel oder gar nach

Venedig fahren musste, um sich von Künstlern auf der Straße überraschen, inspirieren oder auch schocken zu lassen. „Berlin ist für Künstler aus aller Welt zur Spielwiese geworden“, sagt Martina Bohne von „Project now“. Für „Art Services“ hat sie u. a. Guides für das Erlebnis- und Kompetenzzentrum des Volkswagen-Konzerns in der „Autostadt Wolfsburg“ geschult und den Kunstherbst Berlin aus der Taufe gehoben. Jetzt hat die 31-jährige Kulturmanagerin eigens eine Firma für Planung und Management von Art-Projekten gegründet (www.project-now.de).

„Ideen für gute Projekte gibt es in Berlin reichlich“, sagt Bohne, „wir wollen helfen, einige umzusetzen.“

So werden derzeit etwa Sponsoren für ein Projekt mit dem Titel „Der rote Teppich“ gesucht. Wie der Name bereits sagt, soll ein Teppich vom Brandenburger Tor über Potsdamer Platz, entlang der Potsdamer Straße bis nach Schöneberg ausgerollt werden (www.mehrart.de).

Doch auch schon im April dürfte mit schrillen Performances zu rechnen sein. Vom 20. April bis zum 20. Juni findet nämlich in der alten Margarinefabrik der „Kunstwerke e.V.“ an der Auguststraße und im ehemaligen Postfuhramt Oranienburger/Ecke Tucholskystraße die „2. Berlin-Biennale für zeitgenössische Kunst“ statt (www.berlinbiennale.de).