

Kreative Energien unter einem Dach

Aus der alten Künstlerpinselfabrik wächst das Neue – Freiberufler, Kunst- und Musikschüler teilen sich das Atelier- und Galeriehaus Defet

JOHANNES WENDLAND | NÜRNBERG

Wer in Nürnberg auf den Spuren der zeitgenössischen Kunst wandelt, stößt rasch auf die Namen des Unternehmers, Galeristen- und Kunstsammlerpaars Marianne und Hansfried Defet. Bereits im Skulpturengarten im Zwinger am Frauentorgraben sind Schenkungen der Defets aufgestellt, Großplastiken von Johannes Brus und Karl Prantl. Und nebenan im Neuen Museum sind die Resultate des mäzenatischen Wirkens der Defets überhaupt nicht mehr zu übersehen. Zur Eröffnung des aufsehenerregenden Museums für zeitgenössische Kunst im Jahr 2000 stiftete das Paar nicht weniger als 130 Werke.

In dritter Generation war Hansfried Defet Inhaber der 1890 gegründeten und seit 1930 in Familienbesitz befindlichen „Da Vinci“ Künstlerpinselfabrik Defet GmbH in Nürnberg. Das Unternehmen mit seinen rund 130 Beschäftigten stellt pro Jahr ca. 6 Millionen Künstlerpinsel her, die weltweit vertrieben und von vielen namhaften Malern verwendet werden. Daneben stellt die Firma auch Kosmetikpinsel her. Als das Unternehmen vor zwei Jahren neue, größere Räume bezog, standen die Defets vor der Frage, was nun werden soll aus dem alten Büro- und Produktionsgebäude.

Die Antwort wurde rasch gefunden: Das verschachtelte Gebäude mit seinen zahllosen kleineren und größeren Räumen war wie geschaffen für eine Nachnutzung durch Künstler, Architekten und andere kreative Freiberufler. Die Idee für das heutige Atelier- und Galeriehaus Defet war geboren. „In diesem Gebäude haben wir früher unser Wohnhaus, unsere Galerie und die Fabrik miteinander verbunden“, erzählt Hansfried Defet. „Für uns war es wunderbar zu erleben, wie sich in kurzer Zeit ein lebendiges Miteinander unter den neuen Mietern gebildet hat.“ Eine Tatsache, an der auch Marianne Defet noch sehr viel Freude

gehabt hat. Sie ist im Frühsommer im Alter von 82 Jahren verstorben.

Außer günstige Mieten, das großzügige Angebot einer mietfreien Nutzung für eine Musik- und eine Malschule für Kinder und die Bereitschaft, auf individuelle Anforderungen der einzelnen Nutzer flexibel einzugehen, haben das Atelierhaus in kurzer Zeit zu einem Erfolg werden lassen – Grund genug für die Jury des Deutschen Kulturförderpreises 2008, die Da Vinci Künstlerpinselfabrik mit dem Preis für kleine Unternehmen auszuzeichnen.

„Hier ist fast jeder Beruf vertreten, der für die anderen Mieter nützlich sein könnte“, erklärt die Künstlerin

Baustein für kulturelle Bildung

Förderkonzept
Kulturschaffende Freiberufler aller Sparten arbeiten unter einem Dach.

Öffentlichkeit
Durch Ausstellungen in den Galerien, Konzerte und Feste öffnet sich das Haus der Öffentlichkeit.

Regionale Relevanz
Die Kunst- und Musikschule bereichern das Angebot an kultureller Bildung in Nürnberg. Die guten Miet- und Arbeitsbedingungen sorgen außerdem dafür, dass zeitgenössische Künstler in der Region bleiben.

Verena Waffek, die in dem Haus ihr Atelier hat. In der früheren Kantine der Künstlerfabrik ist zudem die Kindermalschule untergebracht, die Verena Waffek seit zwölf Jahren leitet. Eine Kunstschule der besonderen Art: Die in zwei Gruppen aufgeteilten Kinder bleiben über viele Jahre zu-



Ein willkommener Gast, der keine Miete zu zahlen braucht – Die Malschule für Kinder im Atelier- und Galeriehaus Defet.

sammen und wachsen miteinander heran.

„Die ersten Kinder kamen mit fünf, sechs Jahren in die Malschule“, berichtet die Künstlerin, „und sie sind jetzt mit 15, 16 Jahren immer noch dabei.“ Gemeinsam entwickeln sie Projekte wie etwa eine Bilderserie

zum Thema Babylon oder Hinterglasmalerei zum Thema Migration.

Der schöne Raum, in dem die Schule nun nach mehreren Umzügen endlich ein dauerhaftes Domizil gefunden hat, öffnet sich über eine große Glasfront in den Garten, den Marianne Defet über die Jahre ange-

legt und gepflegt hat. „Zwei Kinder haben sich sofort nach draußen gesetzt und angefangen, die Blumen zu zeichnen“, erinnert sich Verena Waffek an die Zeit nach dem Einzug. Von diesem Herbst an wird im Obergeschoss des Gebäudes auch eine Kindermusikschule einziehen – in das frühere

Büro von Hansfried Defet, das sich zu einer schönen Dachterrasse öffnet.

19 Mieter arbeiten derzeit in dem Gebäude, „dem besten Atelierhaus weit und breit“, wie der Maler Bernhard Dagner meint. Er profitiert von guten Lichtbedingungen, arbeitet er bei seinen Zeichnungen und Lichtobjekten doch mit äußerst sensiblen Farbstimmungen. Neben mehreren freien Künstlern arbeiten auch ein Architekt, zwei Goldschmiedinnen, eine Restauratorin, mehrere Fotografen, eine Kommunikationsdesignerin, ein Siebdrucker, eine Kunstvermittlerin sowie der Inhaber eines Kulturbüros in dem Haus. Die bunte Vielfalt ist im Alltag zu spüren. Mitunter darf auch die Öffentlichkeit in dieses Haus mit seinen vielen Ateliers hineinschnuppern. So gab es vor kurzem ein Hausfest mit dem Motto „Schwarzweiß“, alle Türen waren für Interessierte geöffnet.

Zugänglich für das Kunstpublikum sind aber auch die drei Kunsträume, die in dem Haus untergebracht sind: die eigene Galerie der Defets, die bereits seit 1965 bei der Vermittlung aktueller Kunst in Nürnberg eine zentrale Rolle spielt, die Oechsner Galerie, die von Annette Oechsner geleitet wird und in diesem Jahr etwa einen Freestyle-Stand bei der Art Cologne bespielte, sowie der Kohlenhof Kunstverein, der jungen Nürnberger Künstlern ein Forum bietet.

„Die Energien bündeln sich“, sagt Annette Oechsner über die Vorzüge, die die offene, kreative Umgebung des Atelier- und Galeriehauses bietet. „Das soziale Netzwerk ist sehr wichtig und erzeugt auch eine andere Besucherfrequenz in der Galerie.“ Einzelkämpfer erhalten so die Möglichkeit, Kontakte zu knüpfen und sich zu vernetzen. Und doch hat jeder die Möglichkeit, in Ruhe und Konzentration seine Projekte zu verfolgen. Eine bedeutenswerte Situation. Kein Wunder, dass die verfügbaren Flächen rasch vergeben waren.

FÜNF FRAGEN AN: MAXIMILIAN SCHÖBERL

„Wir fördern singuläre Formate“

Herr Schöberl, BMW sponsert seit 1997 unter dem Motto „Oper für alle“ öffentliche Übertragungen von Opernaufführungen auf Großleinwänden in München, seit 2007 auch in Berlin. Welche Erfahrungen haben Sie dabei gemacht?



MAXIMILIAN SCHÖBERL
Bereichsleiter Unternehmens-Kommunikation bei BMW

Die Plätze sind brechend voll. Ein Genre wie die Oper, das seit über 400 Jahren fester Bestandteil der europäischen Kulturlandschaft ist, gewinnt und begeistert durch neue Formen der Vermittlung ein neues Publikum. Das sind oft Menschen, die vorher vielleicht nicht gewusst haben, wie sehr sie Oper ansprechen kann.

BMW hat die „Oper für alle“ zusammen mit der Bayerischen Staatsoper entwickelt. Von wem ging ursprünglich die Initiative aus? Wie ist die Arbeitsteilung?
Die Initiative ging von Sir Peter Jonas aus, dem Staatsintendanten der Bayerischen Staatsoper. Er wollte diese Form der öffentlichen Operübertragung, die es seit langem in London oder New York gibt, nach München bringen. Da bedurfte es eines großen Förderers, der sich die Sache zu eigen macht. Anfänglich war es auch nicht ganz einfach, das Projekt in der Stadt durchzusetzen. Heute bezeichnet der Oberbürgermeister die Veranstaltung als „Bürgerrecht“. Prinzip von BMW ist, sich inhaltlich vollständig herauszuhalten. Gern bringen wir aber unser Know-how bei Umsetzung, Marketing und PR ein.

Von den Veranstaltungen haben auch Ihre Mitarbeiter ganz unmittelbar etwas?

Ja, allein im Großraum München haben wir rund 35 000 Mitarbeiter. Sie sind eingeladen, zusammen mit ihren Familien die Veranstaltungen zu besuchen. Es ist Teil unserer Unternehmenskultur, ihnen etwas zu bieten, das über die normale Arbeitszeit hinausgeht.

Und wie ist die Resonanz?
Das Format ist unter den Mitarbeitern längst fester Bestandteil des Jahreskalenders. Es ist sehr schön, auf dem Platz zu stehen und sie dort nebeneinander, vom Bereichsleiter bis zum Werkarbeiter, zu sehen. Das fördert zweifellos die Identifikation mit dem Unternehmen.

Wie fügt sich die „Oper für alle“ in das Kulturförderkonzept der BMW Group?

Als kurzfristiger Sponsor einer Ausstellung oder Opernproduktion sind Sie mehr oder weniger austauschbar. Wir wollen nachhaltig und langfristig in Zusammenarbeit mit kulturellen Institutionen singuläre und zum Unternehmen passende Formate entwickeln und fördern, die über ein normales Sponsoring hinausgehen.

Die Fragen stellte Johannes Wendland

Russen locken über 600 000 Besucher an

Eon nutzt seine guten Kontakte zum Gasexporteur

JOHANNES WENDLAND | BERLIN

Diese Meisterwerke bewegten Hunderttausende. Die Ausstellung „Bonjour Russland“, die von September 2007 bis Januar 2008 im Düsseldorfer Museum Kunst Palast und anschließend in der Londoner Royal Academy gezeigt wurde, war ein echter Blockbuster. Unter den 120 Werken von französischen und russischen Malern aus den Avantgarde-Jahren 1870 bis 1925 befanden sich Ikonen der Kunstgeschichte wie „Der Tanz“ von Henri Matisse oder das suprematistische Triptychon „Schwarzes Kreuz, Schwarzer Kreis und Schwarzes Quadrat“ von Kasimir Malewitsch.

Die Ausstellung vereinte Werke aus den vier bedeutendsten Kunstmuseen Russlands, der Eremitage und dem Staatlichen Russischen Museum in St. Petersburg sowie dem Puschkin-Museum und der Tretyakow-Galerie in Moskau. Die Zusam-

menstellung besorgte der britische Kurator Norman Rosenthal.

Maßgeblich beteiligt an der Realisierung der Ausstellung war der Energieversorger Eon, der das Museum Kunst Palast seit 1998 mit einem jährlichen Festbetrag sowie weiteren Zuschüssen für einzelne Ausstellungsprojekte sponsert.

Wie das Unternehmen mitteilt, ist die Vereinbarung zwischen Eon und dem Museum gerade um fünf weitere Jahre verlängert worden. Derzufolge sollen neben dem jährlichen Sponsoringbetrag von 1,1 Mill. Euro weitere Ausstellungen mit einem Extrabudget gefördert werden.

Bei der Organisation der Ausstellung „Bonjour Russland“ spielten die Kontakte des Unternehmens im Gasexportland Russland eine zentrale Rolle. In Düsseldorf sahen 256 000 Besucher die Schau, in London, wo sie unter dem Titel „From Russia“ zu sehen war, lockte sie rund 400 000 Besucher an.

Musik-Arrangement im Netz

IBM Deutschland animiert zu kultur- und länderübergreifenden Jam-Sessions im Internet

JOHANNES WENDLAND | BERLIN

„Könntest du dir deinen Song auch in einer völlig anderen Version vorstellen? Mit markanter Percussion und zum Beispiel einem (afrikanischen) Vokalensemble? Vielleicht finden wir noch echte Kollegen aus Afrika, die das am besten können.“ So diskutieren Musiker im Internet, die am passenden Arrangement eines Songs arbeiten. Nicht im direkten Austausch in einem Studio, sondern per Chat, über Stadt- oder Ländergrenzen hinweg, ohne aufwändiges technisches Equipment – ganz einfach, indem sie Musikdateien hin- und herschicken, ergänzen, verändern und einander loben und kritisieren.

„Song and Poems of Good Hope“ heißt das Projekt, das die IBM Deutschland ins Leben gerufen hat und professionelle und nichtprofessionelle Musiker und Literaten auf der ganzen Welt dazu anregen möchte, auf der Internetplattform www.sawubona-musicjam.de gemeinsam Lieder und Texte über das

Land Südafrika zu schreiben, zu komponieren und zu veröffentlichen. Hans-Dieter Huober, Leiter der internen Kommunikation bei IBM Deutschland, Organisator und Motor des Projekts, nennt es eine „Jam“. Es geht um länder- und kulturübergreifenden Austausch und das Nutzen modernster Kommunikationsmittel.

„Sawubona“ ist ein Grußwort aus der Zulu-Sprache. Grundlage des Projekts sind 17 Songtexte, die Huober nach Besuchen in Südafrika in den 1990er Jahren geschrieben hatte. Sie handeln von Begegnungen mit den Menschen, deren Hoffnungen und Zweifeln, der wunderbaren Natur des Landes und den Spuren, die die Apartheid hinterlassen hat. Ende der Neunziger wurden die Songs bereits von einer deutsch-südafrikanischen Band vertont und aufgeführt.

Mit Blick auf die Fußballweltmeisterschaft 2010 in Südafrika hat sich IBM dazu entschlossen, die Songs neu vertonen zu lassen – als „Weltmusik“ in Zusammenarbeit von Musikern rund um den Globus. Dann wird



Komponieren im Worldwide Web – IBM macht es möglich, dass Musiker rund um den Globus gemeinsam Lieder und Texte schreiben.

es zusätzlich auch einen Ableger im dreidimensionalen „Second Life“ geben, wo die Musiker ihre selbst erschaffenen Akteure (sog. Avatare) miteinander kommunizieren lassen können. Wenn die Jam im kommenden Frühjahr abgeschlossen wird, wählen die Teilnehmer die besten Songs. Deren Musiker und Kompo-

nisten werden zu einer „Global Band“ zusammengefasst und zu einer Session eingeladen, aus der eine CD hervorgehen soll. Geplant ist außerdem eine Konzerttournee, die zur Fußball-WM enden soll. Die Erlöse aus dem CD-Verkauf werden sozialen Projekten in Südafrika zugute kommen.

AM SCHNELLSTEN GEHTS PER FAX AN:
01805-86 18 002

Ja, ich möchte KUNST UND AUKTIONEN im Mini-Abo fest und bestelle 6 Ausgaben für nur 11,50 Euro statt 19,20 Euro im Einzelbezug – ich spare 40%!

Sollte ich mich bis zum Erhalt der sechsten Ausgabe nicht beim Verlag melden, geht das Mini-Abo in ein reguläres Jahresabo (24 Ausgaben) über. Der Preis beträgt hierfür 69,60 Euro, bzw. 69,60 Euro zzgl. Versand im Ausland.

Name _____
Vorname _____
Straße/Nr. _____
PLZ/Ort _____
Telefon _____
E-Mail _____
Datum/Unterschrift _____

601229

IHRE BESTELLWEGE:

KUNST UND AUKTIONEN Kundenservice, 20080 Hamburg

01805-700 58 03*

kundenservice@kunstundauktionen.de

www.kunstundauktionen.de/abo

oder im gut sortierten Zeitschriftenhandel!

*14 Cent/Minute aus dem deutschen Festnetz, Mobilfunkpreise können abweichen

KUNST UND AUKTIONEN

ZEITUNG FÜR DEN INTERNATIONALEN MARKT

Alle 14 Tage!

AUKTIONSTERMINE, AUKTIONS- UND AUSSTELLUNGSBERICHTE SOWIE MARKTTENDENZEN UND PREISENTWICKLUNGEN IM IN- UND AUSLAND



JETZT:
6 AUSGABEN
LESEN UND 40%
SPAREN!

www.kunstundauktionen.de/abo