Ausbilder trotzen Krise

IHK ehrt engagierte Unternehmen

Offenbach (mcr) ▪ Agentur Artmos4 (Offenbach), Arabella Hotel Betriebs GmbH Sheraton Offenbach Hotel (Offenbach), Bull GmbH (Langen), Experteach Gesellschaft für Netzwerkkompetenz mbH (Dietzenbach), Fiege Deutschland Stiftung & Co. KG Zweigniederlassung Dreieich (Dreieich), Karstadt Quelle Bank AG (Neu-Isenburg), Paul-Ehrlich-Institut Bundesamt für Sera und Impfstoffe (Langen), Placet - Die Veranstaltungsgesellschaft mbH (Offenbach), SMC Pneumatik GmbH (Egelsbach), Vibra Maschinenfabrik Schultheis GmbH & Co. (Offenbach): Zehn Betriebe von 1 167, die in diesem Jahr im Bezirk der Industrie- und Handelskammer (IHK) Offenbach ausgebildet haben. Die IHK-Hauptgeschäftsführerin Eva Dude dankte ihnen für ihr beispielhaftes Engagement.

Alle Betriebe sind auch in diesem Jahr mit einer Urkunde von der IHK Offenbach am Main geehrt worden. „Der wirtschaftlichen Krise zum Trotz haben unsere Unternehmen am Ausbildungsengagement festgehalten. Dank des Einsatzes der Betriebe ist es gelungen, im Bezirk mehr als 230 neue Ausbildungsplätze insbesondere in 180 erstmals ausbildenden Unternehmen zu vereinbaren", freute sich Dude vor den geladenen Vertretern. So hätten insgesamt 1 395 neue Ausbildungsverträge registriert werden können.

Ganz wichtig sei, dass wie in den Vorjahren jedem an einer Ausbildung interessierten Jugendlichen Angebote gemacht werden konnten und so die Zusagen aus dem Ausbildungspakt erfüllt worden seien. Allerdings sei es auch in diesem Jahr trotz zweier Lehrstellenbörsen, einer Ausbildungsmesse im Frühjahr und einer Aktionswoche für Ausbildung im Sommer nicht gelungen, alle Ausbildungsplätze qualifiziert zu besetzen.

Es komme angesichts der sinkenden Bewerberzahlen entscheidend darauf an, das Interesse der Schulabgänger an einer betrieblichen Ausbildung zu steigern und gleichzeitig die Berufswahlvorbereitung in den Schulen zu optimieren. „Um die Berufsorientierung direkt in den Schulen zu stärken und die wesentlichen Akteure im Übergang von der Schule in den Beruf an einen Tisch zu bringen, bietet die IHK den Schulen vielfältige Unterstützungsangebote", so Dude.

Neben vielfältigen Projekten im Schulbereich ist die Kammer ebenfalls mit der regionalen Koordination des hessenweiten Projektes „Optimierung der lokalen Vermittlungsarbeit (OloV)" betraut und als Ansprechpartner der lokalen Akteure des Ausbildungsmarktes in Stadt und Kreis Offenbach aktiv.

Für Informationen zu den Ausbildungs- und Schulinitiativen der IHK im nächsten Jahr steht Max-Martin Deinhard unter ☎ 069 8207313 oder per Mail an deinhard@offenbach.ihk.de, zur Verfügung.

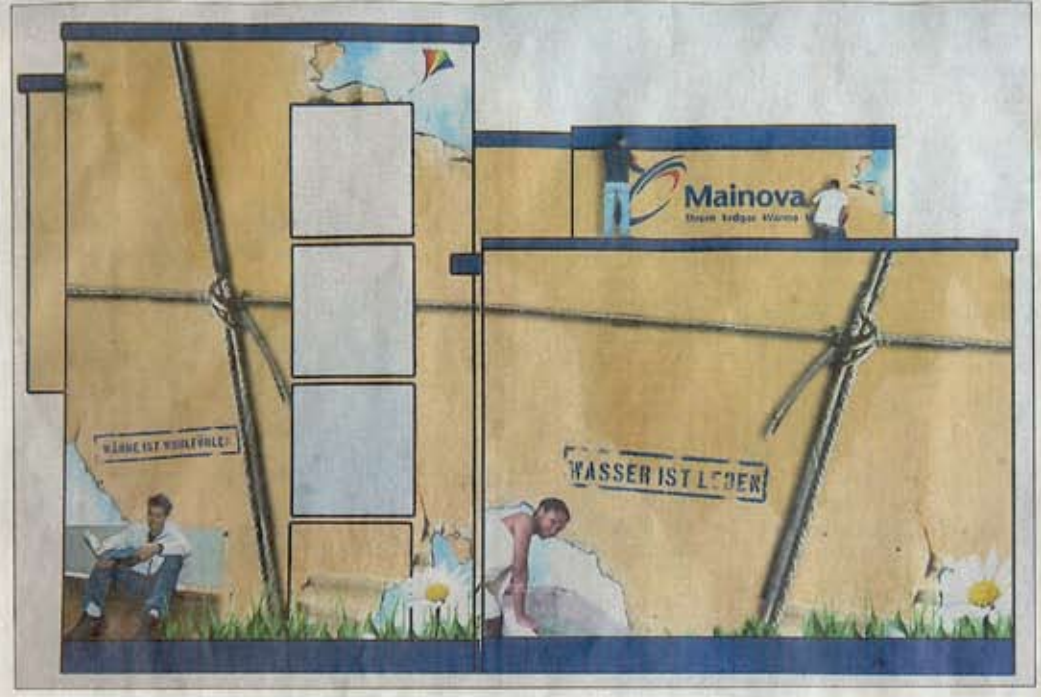
Von links: IHK-Hauptgeschäftsführerin Eva Dude, Elke Pigeyre (Karstadt Quelle Bank), Steffen Schmid (SMC Pneumatik), Wiebke-Susanne Lang (Sheraton Hotel), Manfred Schultheis (Vibra Maschinenfabrik Schultheis), Mark Hussain (Agentur Artmos4), Berthold Seybel (Paul Ehrlich Institut), Marcus Dörr (Artmos4), Ellen Gemind, Christoph Schramm (beide Experteach), IHK-Geschäftsführer Aus- und Weiterbildung Friedrich Rixecker, Georg Blockhus und Nick Skala (beide Bull GmbH). *Foto: Klann/IHK*

GUT GESTRICHEN UND GESPRÜHT: Spraykünstler Markus Dörr hat ganze Arbeit geleistet. Der kreative Kopf der Offenbacher Agentur Artmos4, die er gemeinsam mit Marc Hussain führt, hat eine wesentliche Änderung auf dem Bieberer Berg sichtbar gemacht: Die bisherige Haupttribüne des OFC-Stadions ist nach dreitägiger Arbeit auch optisch zur Offenbach-Post-Tribüne geworden (auch das entsprechende Kassenhäuschen ist umgestaltet). Die Idee von Marcus Dörr, auch stilisierte Fan-Massen in die Stadionwerbung einfließen zu lassen, kam bei den OP-Verantwortlichen sofort gut an. Kickersfan Dörr „sprüht vor Ideen" wenn es ums Thema Bieberer Berg geht: „Auf den Berg muss unbedingt mehr Farbe - am besten von Artmos4". Wie berichtet, hat unsere Zeitung die Patenschaft über die 3254 Sitzplätze übernommen. Bei der Vorstellung des Projekts betonte OP-Verlagsleiter Thomas Kühnlein, dass die Zusammenarbeit der führenden Tageszeitung in Stadt und Kreis mit dem führenden Fußballverein nicht kurzfristig, sondern auf mehrere Jahre ausgelegt sei. Heute Abend hat die Offenbach-Post-Tribüne Premiere beim ersten Spiel der Saison 2006/2007 (gegen Erfurt, 18 Uhr) in der 2. Bundesliga - hoffentlich eine erfolgreiche. Foto: Georg

Kreativ gesprayt wird derzeit auf dem Bieberer Berg in Offenbach. Nachdem die Zeitungsgruppe Offenbach-Post für zwei Jahre die Patenschaft der Haupttribüne übernommen hat, arbeiten die Offenbacher Graffitikünstler Marcus Dörr und Joscha Ilge von ARTMOS4 an der Umsetzung der OP-Stadionwerbung. Die Idee von Marcus Dörr, selbst Kickersfan, Fan-Elemente in die Stadionwerbung einfließen zu lassen, kam bei den OP-Verantwortlichen sofort gut an. Kickersfan Dörr „sprüht vor Ideen" wenn es um das Thema Bieberer Berg geht: „Auf den Berg muss unbedingt mehr Farbe - am besten von ARTMOS4". Foto: Georg

VOR IDEEN GESPRÜHT haben am Wochenende Graffitikünstler an der Kaiserlei-Brücke. Im Zuge des Projekts „Living Walls", verwandelten sie - in Absprache mit der Stadt - den tristen Beton in eine bunte Wand. Die Verschönerung soll Auftakt für weitere Aktionen dieser Art sein. Projektleiter Markus Dörr könnte sich etwa vorstellen, dass die Rückseiten einiger Gebäude entlang der ehemaligen Industriebahntrasse auf ähnliche Weise verziert werden. „Gerne würden wir auch das Rathaus besprühen", meint der Offenbacher scherzhaft. Wer die Dienste der Sprüher in Anspruch nehmen möchte oder einfach mehr über die Kunstaktion wissen will - weitere Informationen gibt es im Internet unter www.living-walls.org.

Foto: Georg



Akteneinsichtsausschuss analysiert PPP-Projekt

Kosten für Bildungszentrum wegen privater Firmen zu teuer?

Frankfurt (mic) ▪ Der Akteneinsichtsausschuss der Frankfurter Stadtverordnetenversammlung hat in einer politisch höchst brisanten Frage seine Arbeit aufgenommen. Es geht darum, ob das mit privaten Partnern gebaute Bildungszentrum Ostend tatsächlich wie beabsichtigt der Stadt Frankfurt finanzielle Vorteile gebracht hat oder, wie Kritiker und das städtische Revisionsamt monieren, deutlich mehr kostet, als es bei einer rein kommunalen Finanzierung der Fall gewesen wäre. Bis zur nächsten Sitzung am 13. September müssen die 17 Ausschussmitglieder umfangreiche Akten der Kämmerei, des Schuldezernats und des Revisionsamts durcharbeiten.

Das Bildungszentrum wurde von einem privaten Konsortium gebaut. Die Stadt Frankfurt hat einen Mietvertrag über 20 Jahre geschlossen. Danach wird der Komplex an der Sonnemannstraße neben der Großmarkthalle automatisch Eigentum der Stadt.

Wie berichtet übt das Revisionsamt harsche Kritik an dem Public-Private-Partnership-Projekt (PPP). Hier hatte man die Berechnungen der Kämmerei, nach denen die Stadt 25 Prozent im Vergleich zu einer herkömmlichen Finanzierung spare, als unseriös bezeichnet.

Die Bewertung der Angelegenheit durch den Akteneinsichtsausschuss drängt. Derzeit sind vier weitere „PPP-Projekte" in Vorbereitung. Dabei geht es um die Privatisierung von Schulgebäuden.

Kreativität versprühen die Offenbacher Künstler von artmos4 nun auf dem Mainova-Umspannwerk in der Thielenstraße. Auf der Außenfassade wird demnächst ein „Energiepaket geschnürt". Artmos4-Chef Marcus Dörr (links) und Praktikant Joscha Ilge sind mit dem Team schon vor Ort. Fotos(2): Georg

Bunte Graffitikunst gibt Umspannwerk neues Gesicht

Mainova wirbt auf 1 150 Quadratmetern für seine Energieformen

Frankfurt (chs) ▪ Die neue Fassade des Mainova-Umspannwerkes in der Thielenstraße kommt aus der Dose. Der Startschuss für das außergewöhnliche Graffitiprojekt ist gestern gefallen. Die Offenbacher Agentur artmos4 verziert dort in den nächsten Wochen die Außenwände.

Mit Malerrolle, Pinsel und Spraydose verwandeln die Künstler das schlichte Gebäude in eine farbenfrohe Werbebotschaft mit zahlreichen fotorealistischen Motiven zum Thema Energie. Rund 1 150 Quadratmeter stehen dem Team um Marcus Dörr und Mark Hussain zur Verfügung.

Das aktuelle Projekt ist für die Offenbacher das bisher größte ihrer Firmengeschichte. Im Rhein-Main-Gebiet hat artmos4 bereits an zahlreichen Gebäuden Spuren hinterlassen. Ihre Werke schmücken nicht nur Außenfassaden, sondern auch Innenräume und Bilder tragen ihre künstlerische Handschrift.

Mit viel Farbe geht es jetzt an das Mainova-Umspannwerk. Dabei verfolgen die Auftraggeber den Gedanken, ein „Energiepaket zu schnüren". In Zukunft präsentiert sich das Äußere des Umspannwerks den Frankfurtern somit als Paket. Gemalte Briefmarken und Fernsehgeräte zeigen verschiedene Sehenswürdigkeiten der Mainmetropole. Da, wo das Paket zerrissen ist, sind typische Situationen von Menschen im Umgang mit Strom, Wasser, Wärme und Erdgas zu sehen.

Ist die Grundierung nach ein paar Tagen trocken, geht es mit Pinsel und Spraydose an die Details. Die meisten Bildteile entstehen frei Hand, „nur bei wenigen spezielle Einzelheiten müssen wir mit Schablonen arbeiten", erklärt der artmos4-Art Director Marcus Dörr. Anfang September soll das Umspannwerk fertig sein und sein neues Gesicht zeigen.

T

Da weiß der Kunde wenigstens wo er dran ist. Ganz im Gegensatz zur sich ständig verleugnenden Firma Unitymedia, an der sich sogar von verzweifelten Lesern um Mithilfe aufgeforderte Journalisten die Zähne ausbeißen.

THOMAS KIRSTEIN

Spruch zum Tage

Wenn du Not hast, so klage sie dir und keinem anderen.

MATTHIAS CLAUDIUS

Viel Pastell fürs düstere Loch

Wandbilder zieren Bahnunterführung

Offenbach (tm) ▪ Ein ehemals düsteres Loch strahlt nun in lichten Pastellfarben: Die Bahnunterführung in der Waldstraße wurde zur Aktion „Besser leben in Offenbach" neu gestaltet. Projektleiterin Sabine Süßmann von der Stadtwerke Offenbach Holding GmbH (SOH): „Wir wollten eine freundlichere Atmosphäre für Passanten, Autofahrer und die auf den Bus Wartenden schaffen."

Das 13 000 Euro-Werk ist gelungen. An Gestaltung der Wände arbeitete Hanne Münster-Vosswinkel vom Amt für Stadtplanung und Baumanagement mit. Auf einer Seite werden drei zeitgenössische Offenbacher Bauwerke präsentiert: Wetterpark-Turm, Rathaus mit OVB-Bus und City-Tower; gegenüber vier historische Bauten: Capitol, ehemaliger Schlachthof, EVO-Wasserturm und Rumpenheimer Schloss.

Die Firma Artmos, die für die EVO Trafohäuschen verschönert hat, ist mit den Mal- und Sprayerarbeiten betraut. Die Kosten für Ideenentwicklung und Gestaltung betragen 5000 Euro, die Reinigungs- und vorbereitende Malarbeiten sowie das Aufbringen des Sprayerschutzes 8000 Euro. OVB und Lokale Nahverkehrsgesellschaft übernahmen je 1000 Euro, EVO und GBO jeweils 500. Den Löwenanteil von 10 000 Euro trägt die SOH. SOH-Chef Joachim Böger und Dezernent Paul-Gerhard Weiß zeigten sich froh, mit geringen Mitteln viel geschaffen zu haben.

Gibt dem City Tower an der Bahnunterführung den letzten Sprüh: Marcus Dörr von der Agentur Artmos4. Foto: Th. Meier

Ehrung für Offenbacher Graffiti-Unternehmer

artmos4 wird von Initiative „Deutschland - Land der Ideen" ausgezeichnet

Von unserem Redaktionsmitglied Marc Kuhn

Offenbach ▪ Für Geschäftsleute und Immobilienbesitzer werden sie gleichermaßen oft zum Ärgernis: Graffiti. Besprühte Fassaden sind häufig hässlich, das Säubern der Wände geht ins Geld. Mark Hussain und Markus Dörr kommen aus der Szene. Vor Jahren haben die Jungunternehmer aus dem Hobby einen Beruf gemacht. Nicht nur im Rhein-Main-Gebiet wirtschaftet ihre Offenbacher Firma artmos4 erfolgreich. Am Freitag erhält sie im Rahmen der Reihe „Deutschland - Land der Ideen" gar eine Auszeichnung. Die Initiative, hinter der Bundespräsident Horst Köhler als Schirmherr steht, betont nach eigenen Angaben „die Stärken des Standortes Deutschland und spiegelt wesentliche Eigenschaften der Deutschen wider: Einfallsreichtum, schöpferische Leidenschaft und visionäres Denken". Mit weiteren Firmengründungen haben sich Hussain und Dörr bereits für die Zukunft gerüstet.

Anfang der 90er Jahre lernten sie sich kennen. Damals habe es auch in Offenbach viel Vandalismus gegeben, erinnert sich Hussain im Gespräch mit unserer Zeitung. Erste Auftragsarbeiten beispielsweise für Baugenossenschaften und Tankstellen nahmen die beiden an, um die Spraydosen bezahlen zu können. „Leicht verdauliche Kunst" boten sie an. Damals habe ihre Geschäftsidee als exotisch gegolten, doch hätten die Firmen positiv reagiert, meint der 31-Jährige. Am 1. August 2000 riefen sie artmos4 ins Leben. Der 33-jährige Dörr gilt in den Augen seines Geschäftspartners als außergewöhnlich begabter Sprayer. Hussain kümmert sich um Vertrieb und Marketing. „Wir ergänzen uns sehr gut", sagt er. Sein Credo: „Aggressives Marketing mit einem Lächeln."

Gestaltungs- und Werbekonzepte würden mit einem Team aus acht Mitarbeitern angeboten, erklärt der Geschäftsführer. Riesige Wände, aber auch Konferenzräume und Messen werden mit Graffiti versehen. Am Computer würden Folien ausgearbeitet, damit die Perspektiven genau stimmen. Mit speziell angefertigten Spraydosen werden die Bilder auf die Fassaden gezaubert.

„Wir haben uns eine ganz eigene Nische geschaffen", berichtet Hussain. Die Offenbacher Sparkasse, die EVO, Coca-Cola und Tengelmann zählt er unter anderem zu seinen Kunden. Zahlreiche Energieriesen in Deutschland ließen sich schon von artmos4 graue Wände verschönern. Und viele Getränkefirmen griffen auf ihre Dienste zurück. „Schöne Projekte haben wir mit der Bahn gemacht", berichtet der 31-Jährige. So sei zum Beispiel der Bahnhof in Neu-Isenburg vom seinem Unternehmen gestaltet worden. In den vergangenen acht Jahren seien etwa 350 Objekte in Deutschland, der Schweiz und Österreich in Szene gesetzt worden.

Die Graffiti haben nach Angaben von Hussain auch eine vorbeugende Wirkung. Mehr als 98 Prozent der von artmos4 gestalteten Fassaden würden nicht wieder von Hobby-Sprayern attackiert. Die Firma bietet zudem eine Versieglung an: Schmierereien können dann abgewischt werden.

„Das Geschäft läuft gut", erklärt Hussain. Allerdings würden die Werbeetats der Unternehmen immer kleiner. Deshalb haben die Offenbacher sich weitere Standbeine geschaffen. So gründeten sie Wallfashion.eu. Über das Internet können sich Kunden Bilder für die Wohnung bestellen. Im Digitaldruck-Verfahren entstehen sie auf Leinenstoff, der auf einen Rahmen gezogen wird.

Den Gründerpreis vom „Handelsblatt" haben Hussain und Dörr für ihr Unternehmen JuicyWalls, saftige Wände, eingeheimst, das Anfang des Jahres an den Start ging. „Eine ganz dicke Kiste", sagt der 31-Jährige. Bei der Firma können Interessenten über das Internet Tapeten mit Aufdrucken eigener Fotos oder Grafiken herstellen lassen. Wer keine Vorlagen hat, dem bietet JuicyWalls einen Bilderpool aus Fotokunst und Illustrationen an. Die Geschäftsführer befinden sich in Gesprächen mit einer großen Handelskette. Sie will ab Herbst Terminals aufstellen, an denen Kunden Tapeten bestellen können. „Das ist die Zukunft", erklärt Hussain. „Wir bereiten die Internationalisierung vor." In den nächsten Jahren sollen zahlreiche Arbeitsplätze bei den Unternehmen entstehen.

Auch eine Hausfassade eines Unternehmens an der Hanauer Landstraße in Frankfurt ist von der Firma artmos4 gestaltet worden. *Foto: artmos4*

Bei legaler Sprühaktion beinahe von der Polizei festgenommen worden

Die Agentur „Artmos4" macht triste Städte bunt oder verschönert auch mal einen Swimmingpool

Von Michaela Bruschewski

Offenbach • Mit kleineren Auftragsarbeiten, um die teuren Spraydosen zu finanzieren, hat alles begonnen: Die gemeinsame Jugendleidenschaft für die Graffitimalerei haben Marcus Dörr (32) und Mark Hussain (30) mittlerweile zu ihrem Beruf gemacht. Seit über sieben Jahren führen die beiden Offenbacher die neun Mann starke Werbe-Kreativ-Agentur „Artmos4", die sich auf die Gestaltung von Außenwerbung spezialisiert hat. Getreu ihrem Slogan „Wir sprühen vor Ideen" gehen die Künstler nahezu ausschließlich mit Spraydosen an die Arbeit. Dieses Konzept brachte die Agentur aus Offenbach sogar unter die Preisträger des bundesweiten Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen 2008".

„Unsere Nische ist die originalgetreue Wiedergabe von Werbung auf Wandflächen", sagt Dörr. „Artmos4" sei keine klassische Werbeagentur, der künstlerische Anspruch stehe immer im Vordergrund. Oft werden bedruckten Plätten, Leinwände und die direkte Malerei auf der Wand miteinander kombiniert. Das sei ein neuer Gestaltungsweg, den so noch niemand beschritten hätte. In den meisten großen Städten gebe es mittlerweile Graffitikünstlern, die sich mit Auftragsarbeiten ihr Geld verdienen. „Meist steht aber eher die eigene Verwirklichung im Vordergrund, wir hingegen arbeiten kundenbezogen", sagt Dörr. In der Gestaltung würden sie von vielen Kunden „an der langen Leine" gelassen, besonders bei größeren Unternehmen gebe es aber natürlich feste Eckpunkte.

„Wir sind da irgendwie reingerutscht, wir hatten aber schon eine ganz gute Basis", beschreibt Dörr die Anfänge von „Artmos4". Zwischen den beiden Geschäftsführern herrschte von Anfang an eine klare Aufgabenteilung. Marcus Dörr, der bereits seit 1997 als freischaffender Graffitikünstler arbeitete, ist für die kreative Arbeit zuständig, Mark Hussain hat das administrative Geschäft unter sich. Für qualifizierten Nachwuchs sorgt „Artmos4" selber: Seit fünf Jahren bildet die Agentur im künstlerischen und kaufmännischen Bereich aus.

Die Betreiber der Werbeagentur „Artmos4", Mark Hussain (links) und Marcus Dörr, halten in ihren Geschäftsräumen eine Sprühdose und ihr Logo in die Kamera. Seit mehr als sieben Jahren führen die zwei Offenbacher die neun Mann starke Werbe-Kreativ-Agentur „Artmos4", die sich auf die Gestaltung von Außenwerbung spezialisiert hat. Getreu ihrem Slogan „Wir sprühen vor Ideen" gehen die Künstler nahezu ausschließlich mit Spraydosen an die Arbeit. *Foto: dpa*

Die Fassaden von Getränkemärkten, Bahnhöfen und Gebäude von Energieversorgern oder die Innenräume von Sparkassen und Friseurläden wurden bundesweit von „Artmos4" bereits besprüht. Aber auch individuelle Leinwände oder die Gestaltung von ganzen Konferenzräumen stehen im Portfolio der Agentur. Die bemalten Flächen gehen von der Größe eines Garagentors bis hin zu Wänden von 1200 Quadratmetern. Etwa ein bis zwei Spraydosen werden benötigt, um einen Quadratmeter mit Farbe zu füllen.

„Wir machen graue, triste Städte bunt", betont Hussain. „Kunst soll nicht nur im Museum, sondern als eine Art offene Galerie auch auf der Straße zu sehen sein", ergänzt Dörr. Wie der Name „Artmos4" schon sagt, solle vor allem Atmosphäre geschaffen werden. Ein gemaltes, handgeschaffenes Bild könne viel mehr Inhalt transportieren als ein digitaler Druck.

Dörr stört manchmal, immer wieder in die „Graffititüte" gepackt zu werden. „Wir werden ständig gefragt, ob wir noch S-Bahnen besprühen oder wie oft ich schon von der Polizei erwischt wurde", sagt Dörr. Tatsächlich sei er sogar bei legalen Sprühaktionen für einen Frankfurter Energieversorger beinahe von Polizeibeamten festgenommen worden.

Illegale Graffiti und Schmierereien auf Außenwänden stellen in Städten ein großes Problem dar. „Reinigungstrupps bringen hier meistens nichts, nach kurzer Zeit sind die Wände oft wieder beschmiert", sagt Hussain. Unter Graffitisprühern herrsche aber ein so genannter Ehrenkodex: Übermalt wird nicht. „Deswegen werden unsere Malereien so gut wie nie beschmiert, das ist auch für unsere Kunden ein echter Vorteil", sagt er. In Offenbach gebe es sogar Wandbilder aus ihrer Jugendzeit, die nach nunmehr 15 Jahren immer noch unversehrt seien. Auf Wunsch können die Wandgemälde auch mit einer speziellen Farbe versiegelt werden.

Hochhauswände besprühen, an denen täglich mehrere tausend Menschen vorbeigehen oder einfach mal einen Swimmingpool von innen gestalten - vor Ideen sprühen die Offenbacher wirklich. „Wir würden gerne noch viel mehr Bahnhöfe verschönern, es gibt hier einfach so viele hässliche und verwahrloste Gebäude", sagt Hussain. Dörr schwebt eher dreidimensionale Werbung mit Projektoren, Sound- oder Nebeleffekten vor.

Offenbacher sprühen vor Kreativität

„artmos4" gestaltet Rebstockbad

Von Marina Rieder

Frankfurt ▪ Die Offenbacher leihen ihren Einfallsreichtum wieder einmal der benachbarten Großstadt aus: Nachdem bereits Studenten der Hochschule für Gestaltung den Festwagen der Stadt Frankfurt gestaltet haben, hat jetzt das Rebstockbad eine neue Fassade erhalten, deren Gestaltung im wahrsten Sinne des Wortes vor Kreativität sprüht: Die Offenbacher Agentur „artmos4" hat die 250 Quadratmeter große Fläche des Bades, die zur Straße zeigt, mit einem überdimensionalen Bild besprayt.

Gestern, nach zehn Tagen Arbeit, ist das knallbunte Werk fertig geworden, das den Besuchern laut Marcus Dörr von „artmos4" vor allem eins vermitteln soll: „Warum in den Urlaub fliegen, man kann doch auch hier Entspannung und Spaß pur erleben." Der 30-jährige Mediengestalter und Mit-Geschäftsführer der Offenbacher Firma hat mit zwei Mitarbeitern in rund 70 Stunden gut 200 Spraydosen verbraucht, um aus der ehemals tristen, braun gestrichenen Wand einen echten Hingucker zu machen: Auf der linken Seite des Kunstwerks ist im Graffiti-Stil ein hawaiianischer Traumstrand - „Aloha Beach" - entstanden, mit Blumen, Palmen und Strohhütten. „Das steht für den Freizeitspaß, den Kids und Familien in diesem Schwimmbad erleben können", meint Marcus Dörr. Ihm zufolge ist beschaulicher und ruhiger hingegen die rechte Seite der Fassade: Vor einem Bergpanorama locken japanische Damen in die Sauna-Welt - schließlich ist auch die Sauna des Rebstockbades im japanischen Stil gestaltet. Verbunden werden die beiden Bereiche durch eine Brücke, von der fröhlich lachend „Hula" und „Hoop" winken. Die beiden Hawaii-Mädchen sind die Maskottchen des Rebstockbades.

Das „artmos4"-Team hat das Riesenbild weitestgehend freihändig gesprüht - allein für die Schriftzüge benutzten die Künstler Schablonen. „Das war schon eine Herausforderung für uns", meint Dörr. Am schwierigsten sei es gewesen, die fast acht Meter lange Brücke fehlerfrei und in geradem Bogen auf die Wand zu bekommen. Die Sprüher haben schließlich alles ordentlich erledigt und mit ihrem Werk eine der größten besprayten Fassaden im Rhein-Main-Gebiet geschaffen.

Von der tristen, braunen Wand zum knallbunten Hingucker: Die Fassade des Rebstockbades strotzt seit gestern vor Farbe. Die Frankfurter haben dieses kreative Werk den Offenbachern zu verdanken: Marcus Dörr von der Agentur „artmos4" und seine Mitarbeiter haben die 250 Quadratmeter große Fläche besprayt. *Foto: Faust*

Diese gefällt nicht zuletzt Alexander Mitschke, Marketing-Manager der Bäder-Betriebe Frankfurt (BFF), dem stadteigenen Betreiber des Rebstockbades. „Ich bin von der Arbeit wirklich begeistert, der Entwurf hat mir gleich am Anfang sehr gut gefallen." Mitschke hofft, dass mit dem neuen Blickfang jetzt auch der ein oder andere vorbeifahrende Autofahrer, etwa auf dem Weg zur Messe, auf das Schwimmbad aufmerksam wird: „Unser Bad sucht, was die Innenausstattung betrifft, seinesgleichen, hat aber bis jetzt von außen nichts hergemacht", meint Mitschke. Der BFF-Manager denkt sogar darüber nach, auf der Fläche vor der Fassade künstliche Palmen und Bambus aufzustellen. „Das würde den Hinguck-Effekt noch verstärken."

Die Agentur „artmos4" hat mit dem Rebstockbad nicht das erste Frankfurter Projekt an Land gezogen: Die kreativen Offenbacher haben unter anderem für die Deutsche Bahn die Station „Galluswarte" mit reichlich Farbe aufgefrischt. Auch in ihrer Heimatstadt sind die Künstler aktiv. Ihre Spray-Werke sind unter anderem auf den Trafo-Häuschen der Energieversorgung Offenbach und auf der Fassade des ehemaligen Offenbach-Post-Verlagsgebäudes in der Innenstadt zu bestaunen.

DER KAMPF gegen das triste Grau in der Stadt geht weiter: Marcus Dörr und sein Team von der Agentur artmos 4 haben in den vergangenen Tagen vor Ideen nur so gesprüht und im Auftrag von Stadt und Eigentümergesellschaft die südliche und westliche Außenwand des Toys`R`Us-Gebäudes in der Innenstadt verschönert. Die entstandenen Bilder zeigen Einrichtungen und Orte, die Offenbach prägen. Darunter Kickers Offenbach, den Wetterpark, Klingspor- und Ledermuseum sowie den Rumpenheimer Schlosspark. Bereits im Sommer war die Trafostation neben dem Gebäude in ähnlicher Weise von artmos 4 gestaltet worden. *Foto: Georg*

Offenbach: Sprayer verschönern die Stadt

Mit Graffiti-Kunst verzieren Sprayer graue Betonflächen in der Stadt. Bei ihrem jüngsten Projekt sprühten die Künstler Offenbacher Motive auf die Rückwand eines Spielwaren-Kaufhauses. *Foto: Georg*

„Am allerliebsten würde ich mir das ganze Rathaus vornehmen"

Marcus Dörr stört sich an öden Flächen und besprüht sie im Auftrag

Offenbach (siw) - Poppige Fische, ein putziger Pandabär und schrille Comicfiguren - die frechen Graffiti von Marcus Dörr sind sicher schon vielen Offenbachern aufgefallen. Ob sie nun ein Kiosk nahe den Städtischen Kliniken mit dem Motto „Wohl im Lotto gewonnen" zieren, eine Waschstraße am Odenwaldring oder einen asiatischen Imbiß schmükken, die bunten Bilder sorgen noch an einigen weiteren Stellen der Stadt für eine Belebung des tristen Einerleis.

Auf Bestellung rückt der 22jährige Offenbacher mit seinen Spraydosen an und motzt öde Parkhauswände auf, verschönert alte Spielautomaten, tobt sich auf unansehnlichen Garagen aus, kreiert Wandverzierungen in Privaträumen, . . . gestaltet Werbetafeln für Firmen, bemalt Imbißstände und vieles mehr. „Und alles freihändig, ich benutze keine Schablonen", sagt Dörr stolz.

Auch sein Opel Corsa mußte inzwischen daran glauben: Mit dem kunterbunt besprühten Gefährt macht er nun auf sein Kleinunternehmen „Artmos4 design" (☎ 069 / 0171 / 84 85 039) aufmerksam, mit dem er eine Marktlücke geschlossen hat: „Es gibt da wenig Angebote auf der professionellen Seite", sagt er. Seine Auftraggeber lassen

Marcus Dörr Foto: Otterbein

ihm bei der Gestaltung meist völlig freie Hand und vertrauen darauf, „daß es irgendwie witzig wird".

Der Siebdruckerlehrling, der früher die Edith-Stein-Schule besuchte, gelangte durch die Vermittlung einer Freundin an seinen ersten Auftrag und war schnell von dem Nebenverdienst angetan. Doch das Geld allein lockt ihn nicht, immerhin versteht er sich sozusagen als eine Mischung aus Künstler und Handwerker. Und schließlich „gibt es in Offenbach so viele triste und weiße Wände". „Am liebsten würde ich mir das ganze Rathaus vornehmen", sagt Dörr, der damit liebäugelt, einige besonders häßliche Stellen mit Farbe zu verwandeln.

Bunte Farbe in den grauen Alltag bringen, ist dem jungen Mann sozusagen ein Anliegen. Und so ging er auch im Falle der Waschanlage am Odenwaldring einfach auf den Besitzer zu und fragte ihn, ob er die Wand verschönern dürfe. Das Ergebnis der Aktion kann sich sehen lassen: 50 Stunden Arbeit haben sich rentiert, das 20 mal vier Meter große Bild vom versunkenen Atlantis einschließlich der phantasievollen Meeresbewohner sorgte für Furore. Mundpropaganda bescherte dem Farbkünstler gleich den Folgeauftrag, und so sprayt und gestaltet Marcus Dörr munter weiter.

Im Anschluß an seine Lehre will der 22jährige die Frankfurter Fachoberschule für Gestaltung besuchen und irgendwie versuchen, sein „Hobby zum Beruf zu machen". Immerhin hat er früher für seine Sprayaktionen auch in die Tasche greifen und Strafe zahlen müssen, weil jemand von seinen bunten Bildern überrascht worden war.

Ob er mit 40 Jahren immer noch als Sprayer arbeiten wird? Schließlich gehört ein bestimmtes Lebensgefühl zum Sprüherdasein dazu, wie der 22jährige sagt. Und doch sieht Marcus Dörr der Zukunft gelassen entgegen: Immerhin gilt sein Interesse dem gesamten Umfeld. Dazu gehören beispielsweise Versiegelungstechniken, die die Graffiti-Kunst vorm Übersprayen oder Zerstören schützen soll und die professionalisierte Farbsprühmethode Air-Brush.

Er kann also noch einiges ausprobieren. Demnächst soll es den jungen Offenbacher übrigens auch im Internet geben. Mit einer eigenen Homepage.

Ideen und Produkte

MADE IN OFFENBACH

„Made in Offenbach" ist der Titel einer Serie, in der sich die OFFENBACH-POST in loser Folge mit Produkten und Ideen der hiesigen Wirtschaft beschäftigt. Wer Anregungen für weitere Folgen hat, erreicht die Redaktion unter ☎ 069 / 80 63-346.