

Geschäftsidee Graffitikunst

Offenbacher Kreativ-Agentur artmos4 erhält die Auszeichnung „Ausgewählter Ort 2008“

Von Stephen Wolf

Ritterschlag aus der deutschen Wirtschaft für ein Offenbacher Unternehmen: Die 1997 gegründete Agentur artmos4 wurde mit der Auszeichnung „Ausgewählter Ort 2008“ von der Initiative „Deutschland – Land der Ideen“ und der Deutschen Bank gewürdigt. Die Agentur hat es sich zur Aufgabe gemacht, triste Wände, etwa an Firmengebäuden oder auch an städtischen Einrichtungen mit ausgewählten Graffiti zu verschönern.

Neben der ästhetischen Wirkung sorgt ein spezieller Lack auch dafür, dass die Hausfassade vor unerwünschten Sprayerangriffen gesichert wird. Außerdem beiseitigen die acht Mitarbeiter von artmos4 auch unliebsame Graffiti. Dabei waren die beiden Firmengründer Mark Hussain und Marcus Dörr früher selbst in der Sprayer-Szene aktiv. „Kunst entwickelt sich immer weiter. Wir haben uns vor einigen Jahren für die kommerzielle Nische entschieden“, sagt Mark Hussain. Zum Konzept gehört, dass die Graffiti-Arbeiten nicht mehr nur für einen kleinen Kreis Insider erkennbar und deutbar, sondern auch für ältere Passanten interessant sind.

Erst Sprayer, dann Unternehmer

1992 im Alter von ungefähr 14 Jahren lernen sich die beiden in der Offenbacher Sprayer-Szene kennen und mischen selbst dort kräftig mit. Die Illegalität ihres Handelns stört sie beide bald. Mehr oder weniger zufällig entwickelte sich daraus eine Geschäftsidee. „Anfänglich forderten wir nur die Bezahlung unserer Sprühdosen, später kam ein kleines Honorar von vielleicht 50 Mark hinzu“, erinnert sich Mark Hussain. Während Marcus Dörr – ein „Ausnahmekrea-



Kreativer Kopf von artmos4: Marcus Dörr bei der Arbeit. ROLF OESER

tiver“, wie Hussain sagt – nach dem Fachabi und einer Lehre als Siebdrucker der Branche treu blieb, widmete sich Hussain verschiedenen Marketingjobs.

„Ich war nicht die kreative Leuchte wie Marcus – dafür habe ich aber gelernt, wie man ein Produkt an den Mann bringt“, begründet er seinen Weg. Mit einer gemeinsamen Erfahrung aus Sprayerzeiten begründeten sie dann 2000 zunächst im Arbeitszimmer von Dörr ihre eigene Firma. „Die Qualität eines Graffito ist die Garantie dafür, dass es nicht wieder übersprüht wird“, so die Maxime.

Geschäftserweiterung

Mittlerweile zählen große Firmen wie Coca-Cola, Nintendo oder die Deutsche Bahn zu den Kunden von artmos4. Nachdem die Agentur in den vergangenen Jahren vor allem auf Graffiti setzte, hat sich das Geschäftsfeld der jungen Unternehmer in jüngster Zeit erweitert. Auf der Internet-Plattform „Juicy Walls“ können sich Kunden dank einer raffinierten Software für einen erschwinglichen Preis individuelle Motive für die Wohnung oder das Büro aussuchen. „Wir haben eine positive Resonanz von den Kunden“, sagt Mark Hussain.

Und was sagen frühere Mitstreiter aus der Sprayer-Szene zu dem Wandel vom Underdog-Künstler zum erfolgreichen Geschäftsleuten? „Natürlich gibt es immer Leute, die unsere Arbeit kritisch betrachten.“ Allerdings bekomme artmos4 auch Anerkennung, gerade bei den jüngeren Sprayern.

„Immerhin haben wir es geschafft, mit unserer Begeisterung für Kunst Geld zu verdienen.“ Allerdings – da ist sich Mark Hussain sicher – Graffiti als Bestandteil der Subkultur lassen sich nicht mehr aus der Welt schaffen.



BILD: MONIKA MÜLLER

Marcus Dörr, Kreativer von der Agentur Artmos4 (li.) und Praktikant Joscha Ilge gestalten mit Graffiti das Umspannwerk Eschersheim.

Mainova vertreibt Sprayer mit Graffiti

Mainova vertreibt Sprayer mit Graffiti

Energieversorger zahlt für Kunst am Umspannwerk 70000 Euro / Polizei sieht gute Erfolgschancen des Projekts

Graffiti-Künstler besprühen derzeit das Mainova-Umspannwerk am Eschersheimer Bahnhof. Die professionell gestaltete neue Fassade soll auch bei Sprayern Respekt finden und sie davon abhalten, weiter das Gebäude illegal zu besprühen.

FRANKFURT · Nach Graffiti sieht die neue Fassade nicht aus. Erst auf den zweiten Blick lässt sich erkennen, dass Motive wie das des Jungen, der mit dem Löffel in einem Topf rührt und das des badenden Kindes mit Quietscheentchen nicht gemalt sondern gesprüht sind. 300 Sprühdosen brauchen die Künstler der Offenbacher Agentur Artmos4 für die 1150 Quadratmeter große Fläche. Nur der hellbraune Grundton der neuen Mauer des Eschersheimer Umspannwerks ist herkömmlich gestrichen.

„Wir bezeichnen uns nicht mehr als Graffiti-Sprüher“, sagt Marcus Dörr, der das Gebäude schräg gegenüber der Batschkapp im Auftrag des Energieversorgers Mainova neu gestaltet. Zu wenig habe sein Projekt noch mit dem üblichen Graffiti-Stil gemeinsam. Zwar stammt der Offenbacher aus der Sprayer-Szene. Aber schon mit 16 habe er begonnen, im Auftrag Mauern zu besprühen, erzählt der heute 31-jährige Dörr. Vor sechs

Jahren gründete er mit seinem Freund Mark Hussain eine Agentur, die nun sieben Angestellte hat und Mediengestalter und Werbekaufmänner ausbildet. Den Wechsel von Graffiti zur Gestaltung von Werbeflächen mit der Sprühdose habe er nicht bereut. „Graffiti ist nur für einen ganz kleinen eingeweihten Kreis verständlich“, sagt er. „Was kann Lieschen Müller schon mit einem schön gesprayten Schriftzug anfangen?“

Nicht mehr illegal

Statt wie die illegale Sprayer-Szene nachts Gebäude oder S-Bahn-Wagen zu besprühen, verschönert Dörr mit seinen Angestellten nun Bahnhofswände, die Fassaden von Getränkeshops oder wie jetzt des Umspannwerks Eschersheim. Die Wandbemalung soll für Mainova werben und in kleinen Szenen die Bereiche darstellen, in denen der Energieversorger tätig ist. Und sie soll vor allem Hobby-Sprüher davon abhalten, das Gebäude wie früher mit ihren „Tags“, ihren Sprayernamen, zu besprühen. „Wenn es nicht besprüht worden wäre, hätten wir den Job nicht bekommen“, räumt Dörr ein.

Auch Mainova selbst verkauft das 70 000 Euro teure Projekt eher als neue Strategie gegen Schmiererei denn als Marketingaktion.

Mehr als eine Million Euro Schaden hätten Sprüher in den vergangenen Jahren an Mainova-Gebäuden und Verteilerkästen angerichtet, sagt Unternehmenssprecher Frank Döbert. „Die Schmierereien würden eine zwei Meter hohe Mauer von der Hauptwache bis zum Bahnhof Eschersheim füllen.“

Auch das Umspannwerk sei regelmäßig verunstaltet worden. Nach einem ähnlichen Experiment an einem kleinen Umspannwerk in Schwanheim habe sich das Unternehmen daher entschieden, auch das Gebäude am Eschersheimer Bahnhof professionell gestalten zu lassen. Die Szene erkenne künstlerisch Wertvolles und verschone solche Wandbilder von Schmierereien, hofft er.

Bislang habe das Unternehmen häufig besprühte Wände mit einer Schutzschicht überzogen, um sie „einigermaßen resistent“ gegen Graffiti zu machen, wie Döbert sagt. Ob nun das Beispiel Eschersheim Schule macht, sei noch nicht entschieden. „Wir werden abwarten, wie es sich entwickelt.“

Die Arbeitsgruppe Graffiti der Frankfurter Polizei schätzt die Erfolgschancen des Projekts günstig ein. Es sei ein „Szenegestetz“, sagt Bernd Harnischfeger, dass Sprüher solche Graffitikunst nicht antasteten. Bereits 500 Fälle von Graffitischmiererei wur-

den in diesem Jahr der AG Graffiti gemeldet. Das seien etwa so viele wie zum selben Zeitpunkt des Vorjahres. Der AG gehören vier Polizisten, sowie ein Mitglied der Bundespolizei, des Ordnungsamts und der Verkehrsgesellschaft Frankfurt an. CHRISTOPH MANUS

GRAFFITI-SCHÄDEN

■ **6100 Quadratmeter** illegal besprühte Wandfläche wurde im vergangenen Jahr in Frankfurt gemeldet. Dabei entstand ein Schaden von 490 000 Euro. In diesem Jahr soll der Schaden noch höher liegen. Da nicht jeder Hausbesitzer Graffiti-Fälle meldet, geht die Polizei von einer wesentlich höheren Dunkelziffer aus.

■ **Die Aufklärungsquote** liegt nach Angaben der AG Graffiti bei 30 bis 50 Prozent. 70 bis 100 Täter ermittelt die Polizei jedes Jahr. Bis vor zwei Jahren waren stets um die 70 Prozent zwischen 14 und 18 Jahre alt. Seitdem registriert die Polizei zunehmend mehr Täter zwischen 18 und 27 Jahren.

■ **Den Sprühern** drohen hohe Geldstrafen und Schadensersatzforderungen. CM



Augenblicke

Wenn Reisende und Pendler in Neu-Isenburg einen schnellen Blick aus der S-Bahn oder dem Regionalzug werfen, sehen sie seit kurzem ein frisch mit Graffiti-bespraytes Bahnhofsgebäude. Seit Anfang der Woche hat das Haus ein neues Gesicht. Auf der Gleisseite fällt der Blick der Aussteigenden auf riesige Polaroid-Fotos. „Bahntypische Szenen“, wie ein über den fahrenden Zug stauender kleiner Junge, sollen die Reisenden freundlich willkommen heißen, erklärt Mark Hussain von der Offenbacher Agentur artmos4 das Konzept. Fünf Sprayer der Agentur waren in den vergangenen Monaten damit beschäftigt, aus dem braungrauen Einerlei des Bahnhofes ein Gebäude in freundlichem Aquablau und mit munteren Motiven zu machen. Ein auf der vorderen Hausseite abgebildeter Autoreisezug hatte in den vergangenen Wochen die Gemüter bei der DB AutoZug, Mieter des Bahnhofgebäudes, erhitzt. Denn die Aufmachung von Lok und Anhänger entspricht wohl nicht mehr der neuesten Technik. „Dieser Konflikt ist beigelegt“, sagte Leonhard Reiß von DB Station und Service.

(cib / Bild: Oliver Weiner)



Bunte Porträts und Bilder geben dem Bahnhof Pfiff

Agentur artmos4 sprayt das Isenburger Gebäude schick

Von Martin Feldmann

Wer den Neu-Isenburger Bahnhof erreicht, erlebt sein blaues Wunder. Denn das alte Gebäude am Rande der 1846 eröffneten Rhein-Main-Neckar-Bahn verliert nach und nach seinen braun-beigen Teint. Ein Himmelblau macht sich breit – ein freundlicher Background für professionelle Graffiti der Offenbacher Agentur artmos4, die ins ganzen Land der Deutschen Bahn mit Farbe mehr Pfiff gibt.

NEU-ISENBURG. Marcus Doerr steigt auf die Aluleiter und schüttelt kräftig – mit Klack-klack-Geräuschen – die Spraydose. „Acrylfarbe“, sagt der Offenbacher,

der sich als kreativer Kopf der Offenbacher Agentur artmos4 für „frische junge Kunst“ im Auftrag der Deutschen Bahn (DB) den Isenburger Bahnhof vorgeknüpft hat. Im Auftrag der Deutschen Bahn (DB), versteht sich. Dem Himmel sei Dank: Das freundliche Blau (Doerr: „Es ist eigentlich Cremelblau“) hält in Kürze das gesamte Bahnhofsgebäude ein, das im Westen der Stadt an der Main-Neckar-Strecke ein Entree von Neu-Isenburg ist. Die dortige Haltestelle existiert seit 1852, obwohl die Bahnlinie schon 1846 eröffnet worden ist.

Das Blau ist jedoch nur der Hintergrund für das Werk der Offenbacher, das in den kommenden drei Wochen vollendet werden soll. Mit Hilfe von Klebeband und

Schablonen sprayt artmos4 Bilder und Figuren auf die Fassade. Auf der Frontseite werden das neben DB-Emblemen ein Autoreisezug und eine Europakarte mit Zielbahnhöfen sein, auf der Rückseite Porträts von Menschen. „Als Vorlage dienen Polaröde“, erklärt Doerr. Der Bezug ist klar: Neben an ist die Verladestation für die Autoreisezüge. Zu den weiteren Motiven zählt etwa das RMV-Streckennetz.

Den Job bekommt artmos4 nicht von ungefähr. Der 27-jährige Doerr, der zusammen seinem Kumpel Mark Hussain – der Betriebswirt ist der kaufmännische Chef – die Firma leitet, hat für die DB schon weit mehr gemacht. Jüngst hat die Agentur die S-Bahn-Station Galluswarte in

Frankfurt aufgepeppt. Die nächsten DB-Gigs warten in Düsseldorf und Görlitz.

Im Rhein-Main-Gebiet hat der ausgebildete Siebdrucker, der nach seinem Abschluss an der Frankfurter Gutenberg-Schule für Gestaltung zunächst als freischaffender Künstler tätig war, mit seinen Kollegen – mehr als 20 Leute sind dabei – unter anderem schon für die Stadtwerke Dreieich die Spraydosen geätzt. Das Ergebnis: Schmetterlinge auf Umspannstationen. „Der Zusammenhang vom umweltfreundlichen Erdgas und der Natur soll rüberkommen“, sagt er. In Langen findet sich eine tolle Unterwasserwelt auf der Fassade eines Ladens für Tauchbedarf und Wassersport.

Eine andere Spezialität: Wände von Getränkehops mit haarkleinen Details von Bieremblemen. In Weiden in der osthayerischen Oberpfalz ist eine große Flasche, mit Kondenswasser beschlagen, auf dem Putz eines Getränkeverlages zu sehen – und soll augenscheinlich Durst auf ein Weizen aus dem oberfränkischen Bayreuth machen.

Durst bekommen Doerr und Co auch am Neu-Isenburger Bahnhof. „Es ist wahnsinnig viel Arbeit.“ Ein Malerbetrieb streicht die obere Partie des Gebäudes blau.

Übrigens wird der untere Teil, wo artmos4 sprayt, mit einem Speziallack isoliert, damit wilde Graffiti zu entfernen sind.

Der Neu-Isenburger Bahnhof bekommt ein neues Outfit: Marcus Doerr von artmos4 sprayt das alte Gebäude schön bunt.

(Bild/Repro: Oliver Weiner)



Die farbenfrohe Handschrift von Marcus Dörr im Offenbacher Odenwaldring hat weitere Besitzer von großen grauen Wänden neugierig gemacht. (FR-Bild: Andreas Arnold)

Vor dem Waschgang taucht das Auto durch die farbenfrohe See

Den 22jährigen Marcus Dörr stören große graue Wände in Offenbach / Autofahrer dürfen nicht abgelenkt werden

Von Siegfried Scholz

Bevor der Autofahrer im Odenwaldring in der Autowaschanlage Atlantis in den Regen kommt, muß er durch eine farbenfrohe Tiefsee tauchen. Über den kümmerlichen Trümmern der versunkenen und sagenumwobenen Metropole Atlantis schweben bunte Meeresbewohner. Das Riesengraffiti stammt von Marcus Dörr.

OFFENBACH. Der 22jährige Offenbacher sagt: „Mich hat die graue große Wand gestört. Da habe ich den Betreiber der Autowaschanlage einfach gefragt, ob ich ihm die Wand verschönern darf.“ Das Werk von Marcus Dörr (Bild rechts), das allein schon durch seine Größe imponiert, gefiel auch Peter Becker. Der Pächter und Betreiber des Kioskes an der Ecke Spandlinger Landstraße/Isenburgring bestellte sich deshalb bei Marcus Dörr für die Frontwand ein Kunstwerk über glückliche Lottogewinner. Becker: „Alle meine Kunden freuen sich über das Bild.“ Ihn ärgert nur, daß es mehr als sechs Wochen gedauert habe, bis die Stadt die Genehmigung erteilt habe.

Die Stadt ist Eigentümerin des Kioskes und der anliegenden Bedürfnisanstalt. Helmut Reinhardt, stellvertretender Lei-

ter des Bauamtes und Denkmalpfleger, klärt die Rechtslage auf: „Es liegt grundsätzlich im Ermessen des Eigentümers, wie er seine Hausfassaden und seine Garagen farblich gestalten will.“ Ein Mitspracherecht haben die Ämter bei denkmalgeschützten Gebäuden. Und an Verkehrsknotenpunkten dürfe der Autofahrer durch alle auffällige Kunstwerke und Werbetafeln nicht abgelenkt werden. Einspruch erheben müssen die Behörden auch bei Graffiti mit jugendgefährdendem, pornographischen und volkverhetzenden Inhalt. Reinhardt erinnert sich an die Gestaltung der Offenbacher Müllfahrzeuge durch Studenten der Hochschule für Gestaltung und seufzt: „Aber das ist ein weites Feld.“

Dem Graffiti-Künstler Marcus Dörr kommt es hauptsächlich darauf an, Farbe und damit Freude in die graue Betonstadt zu bringen. „Die jungen Leuten beschäftigen sich nur noch mit dem Computer. Ich will sie animieren, wieder selbst kreativ und aktiv zu werden.“

Marcus Dörr macht eine Lehre als Siebdrucker. Danach will er nur noch als freischaffender Graffiti-Künstler arbeiten. „Aufträge bekomme ich durch Mund-zu-Mund-Propaganda.“ Eine ganze Reihe von Garagen hat er bereits verschönert, dazu

Werbelläcken von Firmen. Angefangen hat er das Sprayen vor fünf Jahren, als er noch Schüler am Leibnizgymnasium war. Er sagt: „Mit dem, was ich gut kann, kann ich auch Geld verdienen.“ Seinen über zehn Jahren alten Kleinwagen hat er zum Kunstwerk umgesprayt. Damit wirbt er um Aufträge. Anonyme Sprayer sind ihm ein Greuel. Er sagt: „Viele von denen wollen bloß zerstören und schmierern deshalb rum.“ Dörr hat mittlerweile auch ein Versiegelungsverfahren entwickelt, um seine Arbeiten vor der Zerstörung durch Übersprayer anderer zu schützen. Außerdem arbeitet er mit Experten zusammen,



das das technische Know-how besitzen, um unerwünschte Graffiti der Anonymen beseitigen können. (FR-Bild: Weiner)

Bei Artmos4 kommt Kunst aus der Dose, nicht aus dem Computer

Von Graffiti-Sprühern zu Jungunternehmern: Eine Gruppe von Künstlern erweckt Beton- und Leinwände zu buntem Leben

Von Nadja Henselin

Ob Bühnenbild oder Hauswand, Garagentor oder Ladenlokal – Marcus Dörr und Mark Hussain verleihen fast jeder Fläche ein Aufsehen erregend farbenfrohes Gesicht. Mit ihrer Agentur Artmos4 versuchen die beiden seit einem Jahr, Graffiti-Kunst und Marketing zu verbinden.

OFFENBACH. Dem Spaziergänger entlang des Mainufers sticht dort seit einiger Zeit ein ganz besonderes Trafo-Häuschen ins Auge: eine bunter Comic-Held ist darauf abgebildet, der vor den schwarz-wei-

ßen Wahrzeichen der Stadt Kabel und Steckdose schwenkt. In der linken Ecke prangt das Logo der Energieversorgung Offenbach (EVO). Statt grauen Betons also eine Werbewand, vor der man stehen bleibt. So wünscht es sich zumindest ihr Schöpfer, Marcus Dörr, der kreative Kopf von Artmos4.

„Was wir wollen, ist eine andere Art von Werbung, frisch und mitreißend“, erklärt sein Partner Mark Hussain, der im jungen Unternehmen die Geschäfte führt. Mit ihrem Konzept stehen die beiden vor allem in Konkurrenz zur Computergrafik und digital gedruckten Werbeplakaten. „Der Vor-

teil unserer gesprühten Bilder ist, dass sie von Hand gemacht sind und deswegen Wärme ausstrahlen“, so Dörr. Außerdem seien die Farben lebendiger.

Die Arbeiten von Artmos4 liegen irgendwo zwischen Graffiti-Kunst, plakativer Werbegestaltung, Innenarchitektur und Bühnenbau. Damit sind die Jungunternehmer in eine Marktlücke gestoßen. „Ich habe vor zehn Jahren begonnen zu malen, bekam dann mehr und mehr Aufträge und merkte, dass ich von meiner Kunst auch leben konnte“, erinnert sich Dörr, der an der Frankfurter Gutenberg-Schule für Gestaltung studiert hat. Das Problem war nur,

dass ihm der geschäftliche Teil seiner Arbeit über den Kopf wuchs. Ein Zufallstreffen mit Mark Hussain, Sprüherkumpel aus früheren Zeiten und mittlerweile Betriebswirtschaftsstudent mit Erfahrung im Telefonmarketing, brachte die Lösung: Artmos4, eine Firma mit klarer Aufgabenteilung. Mittlerweile gehören noch vier weitere Künstler zum festen Team, drei Maler und eine Goldschmiedin. Nach einem Airbrush-Spezialisten wird gesucht.

„Es ist sowieso von Anfang an unsere Idee gewesen, aus Artmos4 eine Art Künstlerpool zu machen“, sagt Dörr. Jeder habe so seine spezielle Technik oder einen bestimmten Bereich, in dem er besser ist als andere. So wollen der 25 Jahre alte Maler und sein 24 Jahre alter Partner ihre Vielseitigkeit sichern, die sei schließlich ihr großer Vorteil. „Wir sind uns auch nicht zu schade, einem Privatkunden den Gartenzaun zu verschönern, und dabei trotzdem in der Lage, ein 20 mal 40 Meter großes Bühnenbild zu machen“, so Dörr. An einem solchen arbeitet er gerade für das Volksmusikfestival im Schalke-Stadion im Herbst.

Ob originalgetreues Firmenlogo, buntes Comic oder „richtige“ Kunstbilder, die im Atelier der Firma ausgestellt sind – das Team möchte sich selbst keine Grenzen setzen. So kam auch Goldschmiedin Tanja Wendt mit ins Boot. Sie möchte Bilderrahmen oder Gürtelschnallen mit den Tags, den Signaturen der Sprüher, entwerfen und herstellen.

Von dem Graffiti-Image, dem der halbkriminellen Schmierer und Vandalen, will die Künstlertruppe weg, obwohl bei ihnen allen die Farbe aus der Dose kommt. „Es passiert mir immer noch oft, dass ich an einer Wand arbeite, und Leute, die vorbei kommen, komisch gucken, fragen oder gar schimpfen“, erzählt Marcus Dörr. Vielleicht ändert sich das ja wenigstens in Dörrs und Hussains Heimatstadt Offenbach bald. Dort lassen sie gerade an der Wand des ehemaligen Verlagshauses der Offenbach Post in der Großen Marktstraße ein riesiges Werbebild mit Offenbacher Motiven entstehen. „Ein Geschenk für die Stadt“, so Hussain.

