

Straßenkunst in der Innenstadt: „Pflasterzauber“ am 5. und 6. September

Hoch hinaus

(kik) Hildesheim. Gut 300 Bewerbungen sind inzwischen gesichtet, öffentliche Plätze begutachtet und die Betreuung für die Künstler organisiert – die siebte Ausgabe des internationalen Straßenmusik- und Straßenkunstfestival „Pflasterzauber“ steht in den Startlöchern, um am kommenden Wochenende die Innenstadt zu einem Mekka der Streetart – also der Kunst im öffentlichen Raum – werden zu lassen. Etwa 50 Künstler aus zehn Ländern zeigen zwischen Andreasplatz und Jakobikirche über den Marktplatz bis hin zum Pferdemarkt rund 140 Darbietungen, in der Arneken-Galerie gestalten verschiedene Walk-Acts das Geschehen, und am Samstag-Abend präsentiert die „Sparda-Open-Air-Gala“ auf dem Marktplatz noch einmal die Höhepunkte der Festivaltage. Wobei „Höhepunkte“ in diesem Jahr ruhig wörtlich genommen werden darf: Viele Künstler auf dem „Pflasterzauber“ beweisen mit Drahtseildarbietungen, Hochseilakrobatik oder Trampolinartistik, dass sie auch in luftiger Höhe eine gute Figur machen. Ob die Zuschauer sich beim Geld-in-den-Hut-Wurf deshalb auf die Zehenspitzen stellen müssen, bleibt abzuwarten – schließlich spielen alle Künstler für lau und sind daher auf ein spendables Publikum angewiesen.

Gut vorstellbar, dass hinter diesem vielfältigen Programm aus den Bereichen Musik, Theater, Komik und Artistik eine Menge finanzielle und logistische Arbeit steckt, die sicherlich dann und wann einem Drahtseilakt nicht unähnlich gewesen sein dürfte. So berichtete bei einer Pressekonferenz vergangenen Donnerstag auch Boris Böcker, Leiter „Citymanagement & Event“ bei Hildesheim Marketing, dass die Kosten für die Durchführung des



Organisatoren und Sponsoren des Festivals (v.l.n.r.): Boris Böcker (Hi-Marketing), Sandra Bracksieck („Die Freundlichen Hildesheimer“), Klaus Wilhelm (Hi-Marketing) und Frank Schwerdtfeger (Sparda-Bank Hildesheim).

Festivals, die Reisekosten und Unterbringung der Künstler sowie das Catering immens seien und es daher ohne die Hilfe zahlreicher Sponsoren und Unterstützer nicht zu schaffen gewesen wäre. Bei einem Gesamtbudget von 35.000 Euro sei zwar noch eine Menge Luft nach oben, doch man wolle das Festival nicht kommerziell überfrachten, ergänzt Hildesheim-Marketing-Geschäftsführer Lothar Meyer-Mertel. Man habe sich daher auch bewusst gegen Tribünen entschieden, die zwar durch Banner-Installation werbewirksam sein könnten, aber auch die Atmosphäre eines Kleinkunstfestivals gestört hätten. Obendrein hätten viele Künstler seit dem letzten Jahr eine Möglichkeit gefunden, sich mit Getränkekisten eine Art provisorische Bühne zu bauen.

Besonders die Organisation der Künstler und die Erschließung der verschiedenen Spielstätten in der Innenstadt stellt ein Gros des Aufwands dar, schließlich muss gewährleistet sein, dass das Publikum alle Künstler ohne Zugangsschwierigkeiten und große Distanzen erreichen kann. Dazu kommt ein Umstand, der

besonders bei einem Straßenkunstfestival ins Gewicht fällt: „Nicht jeder Künstler funktioniert überall gleich – es ist eine Menge Kopfarbeit erforderlich, die jeweiligen Künstler den richtigen Orten zuzuordnen“, erklärt Klaus Wilhelm, Projektleiter bei Hildesheim Marketing. Neben Kopfarbeit sei aber vor allem auch ein gutes Auge nötig gewesen, um aus den unzähligen Bewerbungen die passenden Künstler nach Hildesheim einzuladen. Dabei zähle nicht nur ein professionelles Bewerbungsvideo: „Springt bei einem Künstler, der vom Publikum mit einer schlechten Smartphone-Kamera gefilmt wird, trotzdem der Funke über, dann ist es der Richtige für uns gewesen!“, so Wilhelm.

■ Das „Pflasterzauber“-Festival findet am Freitag, 5. September, von 15 bis 22.30 Uhr sowie am Samstag, 6. September, von 12 bis 20 Uhr in der Innenstadt statt. Die Gala beginnt am Samstag um 20.30 Uhr auf dem Marktplatz. Am Freitag sind zudem die Geschäfte der Innenstadt bis 22 Uhr geöffnet. Programm und weitere Infos: www.pflasterzauber.de.