

AUF ANDERERE ART

Ihre Arbeiten sind im MoMA in New York zu sehen und zierten schon eine Taschenkollektion von Marc Jacobs. Im Atelier Creative Growth in Kalifornien machen Menschen mit Beeinträchtigungen große Kunst

TEXT -- SABINE DANEK
FOTOGRAFIE -- DIANA ROTHERY



EIN ORT, DER VOR ENERGIE VIBRIERT
Über 160 Künstler*innen kommen fast täglich in das lichte Atelier in Oakland, um zu malen, zu weben, zu töpfern – um etwas zu gestalten

Es ist erst neun Uhr morgens, doch John Martin hat schon zwei Schätze gehoben: einen Nagelknipser mit einem Porträt von Frida Kahlo darauf und eine glitzernde, mit Strass beklebte Eule. Wie jeden Tag ist er die drei Kilometer von dem Haus seiner Tante in das Kunstatelier Creative Growth gelaufen. Und wie immer hat er sich auf dem Weg treiben lassen, einige Schlenker gemacht und in ein paar Mülltonnen geschaut, in Büsche und überall dorthin, wo sich Kostbares verbergen könnte, das andere einfach wegschmeißen. Schraubenzieher, Spielzeugautos, manchmal sogar kaputte Handys und Schmuck.

Er lässt die Eule an ihrem Lederband baumeln, klappt den Nagelknipser auf und wieder zu und legt beides vorsichtig auf seine Werkbank. Vielleicht werden die Fundstücke irgendwann mal in seinen Arbeiten auftauchen: in seinen Bildern aus Keramik oder Holz, in denen er Erinnerungen an seine Kindheit auf einer Farm in Arkansas mit seinem Alltag in der von Arbeitslosigkeit geprägten Stadt Oakland verbindet. Bilder, in denen sich Scheren in Krokodile mit aufgerissenem Maul verwandeln und Taschenmesser in vergnügte Gestalten, die Arme und Beine in alle Richtungen strecken. Auf einem seiner Werke hat er auch mal seiner Tante eine Anakonda um den Hals gemalt, als sie Streit hatten.

Was er heute arbeiten wird? Er zieht fragend die Schultern hoch. Es ist einer dieser Tage, an denen er sich in sich selbst zurückgezogen hat. Den Kopf hebt er nur, um zur großen Glasfront zu schauen. Dort ist die Tür weit geöffnet, und ein Künstler nach dem anderen strömt in die ehemalige Autowerkstatt in Oakland am östlichen Ufer der Bucht von San Francisco. Insgesamt sind es mehr als 160 Menschen, die Entwicklungsstörungen

n

„Niemand, der bei uns aufgenommen wird, muss ein begnadeter Künstler sein. Viel entscheidender ist die Leidenschaft, selbst Kunst zu machen, und dass es einen glücklich macht“

haben, das Downsyndrom, Autismus oder andere Beeinträchtigungen. Sie malen und zeichnen hier, knüpfen Teppiche oder weben Stoffe, töpfeln, drucken oder arbeiten in der Holzwerkstatt. Manche kommen mit der U-Bahn, andere werden von ihren Familien gebracht. Viele werden von einem Bus abgeholt, und einige fahren mit Uber vor.

„Alle mal herhören, ich bin glücklich“, ruft die Künstlerin Lynn Pisco, die ihre Strickmütze mit einem großen Logo der Football-Mannschaft „San Francisco 49ers“ tief ins Gesicht gezogen hat. Sie reißt die Arme hoch, dreht eine Pirouette und breitet einen Stapel ihrer Zeichnungen vor sich aus. Fred Feuerstein ist darauf zu sehen, die Minions und Lucky Luke.

Rucksäcke fliegen in die Ecke und Küsschen durch die Luft. Lynn wirft einige ihrer Freundin Lulu Sotelo zu. Schon länger sind die beiden ein Paar.

Es war Liebe auf den ersten Blick, sagt Lynn. Und da Lulu aus Mexiko kommt und nur Spanisch spricht, versucht Lynn, die Sprache nach und nach zu lernen. „Hola“, sagt sie und lacht. Schon bevor überhaupt jemand an einem der Webstühle Platz genommen hat oder der erste Pinsel in Farbe getaucht wurde, vibriert der Raum nur so vor Energie. „Niemand, der bei uns aufgenommen wird, muss ein begnadeter Künstler sein“, sagt Tara Tucker, die selbst eine erfolgreiche Zeichnerin ist und seit 18 Jahren das Teppichstudio des Kunstateliers leitet. „Viel entscheidender ist die Leidenschaft, selbst Kunst zu machen, und dass es einen glücklich macht.“ Ob das Knüpfen, Malen oder Töpfeln ist, könne jeder ausprobieren. „Das Wichtigste für uns ist, den Künstlern größtmögliche Freiheit zu geben“, sagt auch Studioleiter Matt Dostal, ein Mann mit Vollbart und Wollmütze, der 2007 eigentlich nur für ein Praktikum zu Creative Growth kam und blieb. Wie viele andere. „Es herrscht so viel Leidenschaft hier, und jeder arbeitet auf ganz unterschiedliche Weise. Jemand mit Downsyndrom geht anders dabei vor als jemand, der blind ist“, sagt Matt. Schürzen werden jetzt umbunden, eine Leinwand wird aufgespannt und Knüpfgarn eingefädelt. Auf der kleinen Couch im Teppichstudio hat sich ein Künstler kurz hingelegt. Er ist dement und wird immer schwächer. Jemand aus dem betreuenden Team kommt vorbei und deckt ihn mit einer Decke zu. Der Umgang miteinander ist vertraut und auf Augenhöhe. Von Künstler zu Künstlerin sozusagen. Denn jeder, der hier arbeitet, macht selbst Kunst. Niemand ist als Psychologin ausgebildet oder als Pädagoge. Schon als Creative Growth 1974 in der Garage von Florence und Elias Katz begann, stand die Kunst im Mittelpunkt. Weil Ronald Reagan ein



IN SICH GEKEHRT An manchen Tagen verschließt sich John Martin (li.) vor der Welt. Facebook hat für seine Firmenzentrale 35 Holzarbeiten von ihm geordert. Auf der Straße vor seinem Haus wirbt er für Creative Growth (Mitte) **IM DIENST DER KUNST** Tara Tucker (re.) leitet das Teppichstudio. Wie alle Mitarbeiter ist sie selbst Künstlerin

MIT PAILLETTEN bestickt Monica Valentine ihre Glitzerwürfel. Ihre Augen sind aus Glas, aber sie sticht sich nie. Die Farben erfühlt sie



Gesetzeserlassen hatte, das Zwangseinweisungen in die Psychiatrie verbot, landeten Tausende Kranke auf der Straße. Fest von der Glück bringenden Kraft der Kreativität überzeugt, stellten die Kunstlehrerin Florence und der Psychologe Elias Tische und Farbtöpfe auf und versuchten, zumindest einige der Betroffenen bei sich aufzufangen. Heute sind die Künstler*innen von Creative Growth in den Sammlungen des New Yorker Museum of Modern Art und des Pariser Centre Pompidou vertreten, sie stellen auf der Biennale in Venedig aus und in Museen weltweit. Ihre Bilder waren auf einer Taschenkollektion des Designers Marc Jacobs zu sehen und stehen auf Seifenspendern des Putzmittelgiganten Method in Millionen amerikanischer Badezimmer. Die Kunstikone Cindy Sherman

OHNE WORTE, dafür mit Gesten und diesem umwerfenden Kaftan drückt sich Casey Byrnes aus



“
**Draußen sind unsere Künstler
 andere Menschen,
 sie sind viel schüchterner und
 sehr wachsam**
 ”

hat ihr Haus mit Teppichen von Creative Growth ausgelegt, Ex-Talking-Heads-Sänger David Byrne ist ein langjähriger Sammler, und Facebook hat für seine Zentrale im Silicon Valley gleich 35 Holzarbeiten von John Martin, dem morgendlichen Schatzsucher, geordert.

Obwohl das Geld, wie auf dem Kunstmarkt üblich, zur Hälfte zwischen Galerie und Künstler aufgeteilt wird, beeindruckt John Martin das nicht. Fest davon überzeugt, dass er arm ist, sammelt er regelmäßig Leergut. Zu abstrakt ist der Erfolg. Genau wie Schauen in Paris oder Berlin es sind. Viel lieber stellen die Künstler in der hauseigenen Galerie gleich neben der Werkstatt aus. „Wie eine Königin werde ich auf dem Tisch sitzen, Blumenbouquets hängen an den Fenstern, und die Wände sind über und über mit Lichterketten geschmückt“, schwärmt Nicole Storm, die einen kurzen, wuscheligen Pagenkopf und am liebsten selbst bemalte Sweatshirts trägt. In zwei Wochen wird ihre Ausstellungseröffnung sein. Noch ist sie mit den Vorbereitungen beschäftigt. Sie hockt im Schneidersitz auf dem Boden und bemalt ein Stück Karton mit ihren „Notizen“: feinen schwarzen Linien und farbigen Strichen, die intensiv wie Herzschlagkurven wirken und leuchtende rosafarbene Flächen überziehen. Schicht für Schicht trägt Nici, wie sie hier genannt wird, auf. Jede ihrer Arbeiten entsteht in einem langen Prozess, zu dem auch gehört,

dass sie sich das jeweilige Bild schnappt und mit ihm durchs Studio läuft, Aufzug fährt, es über Nacht hinter einer Tür versteckt und anschließend dann wieder eine weitere Lage Farbe hinzufügt. „Ich bin 7000 Jahre alt“, flüstert sie, „deshalb kenne ich alle Geheimnisse hier.“ Auch die von Kathleen Henderson, die das Malstudio leitet. „Kathleen ist ein Engel, und zwar der schönste und talentierteste von allen“, sagt Nici lachend und winkt zu ihr hinüber. Mitten in dem Trubel, dem Stimmengewirr, Hämmern und Lachen, sitzt Monica Valentine wie ein Fels in der Brandung und leuchtet dabei ganz in Rot. Sie trägt eine rote Hose, eine rote Jacke, ein rotes Shirt und rote Schuhe. Dazu rote Glitzerohrringe und ein Band aus roten Fahrradreflektoren im kurzen Haar. Über einen großen Würfel aus Styropor gebeugt, fasst sie mit den Fingern in ein Töpfchen mit Nadeln, fädelt eine bunte Perle auf eine Nadel und dann eine Paillette, immer abwechselnd in blau und violett und ziemlich schnell. Obwohl ihre Augen aus Glas sind, sticht sie sich nie. Die Farben fühlt sie. Auch deswegen trägt sie so gern rot. Es ist warm und behaglich wie eine Umarmung. Blau ist kalt, grün auch. „Aber auf andere Art“, sagt sie. Lieber als über ihre Kunst unterhält sie sich heute jedoch über das Wetter. Wie warm ist es in Los Angeles? Und wie in Berlin? Ob es gerade Sommer hier in Oakland ist? Oder wir zusammen in den Süden fahren können? Wenn sie nicht ihre „Cakes“, ihre

Unser Engagement geht über den Tütenrand hinaus.



Seit 1996 unterstützt REWE die lokalen Tafeln und damit mehr als 1,6 Millionen bedürftige Menschen. Für ein starkes Miteinander und im Zeichen der Solidarität.

Die über 3.600 REWE Märkte und der Lieferservice spenden seit 1996 täglich Lebensmittel, die noch verzehrfähig sind, aber dennoch nicht mehr verkauft werden dürfen. Zudem führt REWE bereits seit 2010 jährlich die Aktion „Gemeinsam Teller füllen“ durch. REWE Kunden und Kundinnen unterstützen dabei mit Spendentüten die lokalen Tafeln.



REWE und die Tafeln: eine starke Partnerschaft

Wir bei REWE sind überzeugt: Wenn jeder mitmacht, können wir die Situation vieler Tafel-Kunden verbessern. Gerade in diesem Jahr ist unser aller Hilfe wichtiger denn je. Als einer der führenden Lebensmittelhändler wissen wir um unsere Verantwortung und unterstützen die Tafel Deutschland auch in der Corona-Krise.

Wusstest du, dass ...

 ... REWE in den letzten 10 Jahren mit den jährlichen Tafel-Aktionen Lebensmittel im Wert von über 18,5 Millionen Euro an die Tafeln weitergegeben hat?

 ... die REWE Group die Tafel 2020 mit 450.000 € für Corona-Hilfsprogramme unterstützt hat?

 ... Rewe mit den Spendentüten bis heute mehr als 3,7 Millionen Menschen erreicht hat?

Mehr erfährst du unter [rewede.de/tafel](https://www.rewe.de/tafel)

Auch unsere Mitarbeiter engagieren sich sozial:

Im Einsatz für die Tafel

In Frankfurt gibt es zwölf Lebensmittelausgaben der Tafel und 72 soziale Einrichtungen, die von der Tafel beliefert werden. Eine Tafelausgabe organisiert seit drei Jahren Michael K., REWE Mitarbeiter in Rosbach. Jeden zweiten Samstag im Monat versorgt er mit einem Team von zwölf Helfern rund 70 Familien mit Lebensmitteln. Ab 10 Uhr treffen sich die ehrenamtlichen Helfer an der Ausgabe in Frankfurt-Sachsenhausen, um alles vorzubereiten, von 11.30 bis ca. 13.30 Uhr geben sie die Tüten aus.



Michael K.

Selbstgenähte Masken fürs Klinikum

Marktmitarbeiterin Petra G. zögerte nicht lange, als sie erfuhr, dass das nahegelegene Klinikum Mundschutz-Nachschub benötigte. Direkt nach der Arbeit setzte sie sich an die Nähmaschine. „Als mich per WhatsApp ein Hilferuf der PleiBenthal-Klinik aus Werdau erreichte, die dringend Masken brauchte, habe ich sofort geantwortet. Schon 45 Minuten später lagen OP-Stoff und Schnittmuster bereit und ich konnte loslegen. Für mich und meinen Mann ist es eine Selbstverständlichkeit zu helfen. Es sollte momentan jeder helfen, der helfen kann.“



Petra G.

DIE KÖNIGIN UND IHR WERK
Nicole Storm hat monatelang daran gemalt



AUF AUGENHÖHE
Studivleiter Matt Dostal, der Mann mit Mütze, wollte nur ein Praktikum bei Creative Growth machen – und blieb, wie so viele. „Das Wichtigste für uns ist, den Künstlern größtmögliche Freiheit zu geben“



Kuchen, steckt, wie Monica ihre Glitzerwürfel nennt, dann webt sie. Gerade hat sie ein blauweiß gestreiftes Kleid für ihre Tante fertiggestellt. Schmal und wunderbar elegant ist es und am Ausschnitt und den Seiten von langen, extravaganten Fransen umsäumt. Weil Monica nicht sehen kann, wenn die Fäden sich verhaken und dann in langen Schlaufen herunterhängen, sind diese unabsichtlich zu ihrem Markenzeichen geworden.

Gerade sitzt Casey Byrnes am Webstuhl. Lachend streicht er sich über die Stirn, als würde er Schweißtropfen wegwischen. Da er beim Sprechen nur schwer zu verstehen ist, macht er das mit Gesten wett und zeigt, wie unermüdlich er arbeitet: an einem Kaftan in umwerfenden Grau-, Blau- und Senftönen und mit Taschen aus dicken Glitzergarnen, die er selbst gedreht hat. Obwohl seine Finger ihm nicht immer gehor-

chen, lässt er das Schiffchen mit dem Garn zügig hin- und hergleiten. Schließlich möchte er seinen neuen Entwurf auf der Modenschau „Beyond Trend“ vorführen. Bei dem kunterbunten Spektakel mit mehr als 2000 Zuschauern, das jedes Jahr in einer historischen Festhalle in Oakland stattfindet, erobern die Künstler*innen von Creative Growth den Laufsteg mit selbst entworfenen Kreationen. In bemalten Tüllröcken und mit Blumenkränzen à la Frida Kahlo auf dem Kopf, mit riesigen Pappmaschee-Chilis als Hut, Satinkleidern, an die Eiscremetütchen gesteckt sind, oder eben in eleganten Kaftanen. Glitterbomben werden gezündet, und Konfetti fliegt durch die Luft, manche fahren mit ihrem Rollstuhl über den Laufsteg, andere tanzen. Die Karten für die Benefizgala sind jedes Jahr in Minuten ausverkauft. Es ist ein schmaler Grad zwischen unbändigem Spaß und der Gefahr,

jemanden vorzuführen. Das weiß man bei Creative Growth. Doch anstatt sich den Kopf darüber zu zerbrechen, ob sie anecken könnten, gehen sie lieber Wagnisse ein. „Wir wollen zeigen, dass man auch als Autist, als jemand mit Downsyndrom oder als Rollstuhlfahrer ein Star sein kann“, sagt Studivleiterin Tara. „Und wir wollen die Künstler feiern.“ Und das so oft wie möglich und so lange, bis die Behinderungen nicht mehr als Einschränkung gesehen werden, sondern als Chance. Oder besser noch, bis sie gar nicht mehr besonders auffallen. Art brut oder Outsider-Art wird die Kunst von Menschen genannt, die abseits von Traditionen und ohne Ausbildung arbeiten. Der Maler Jean Dubuffet prägte den Begriff in den 1940er-Jahren. Bei Creative Growth hält man nicht viel davon. „Außen-seiter von was?“, fragt man hier. Natürlich interessieren sich die meisten

BRIGITTE Shopping Days: eine Karte - viele Shopping-Vorteile

Vom 04.11. bis 23.11.2020 profitieren Sie wieder von exklusiven Shopping-Rabatten bei unseren attraktiven Partnern. Sichern Sie sich jetzt Ihre persönliche Vorteilskarte in der aktuellen BRIGITTE. Alle Infos finden Sie unter: www.brigitte.de/shoppingdays

der Künstler*innen nicht für Kunstgeschichte. Manche aber blättern in der kleinen hauseigenen Bibliothek regelmäßig Kunstbände und Magazine durch. „Am schönsten ist es, wenn unsere Künstler berühmte Werke aus den Magazinen herausreißen und darübermalen, um sie zu verbessern“, sagt Tara.

Das Anliegen des Teams von Creative Growth war es immer, die eigenen Künstler und Künstlerinnen gleichberechtigt auf dem Markt zu etablieren. „Sie sind genauso talentiert wie andere“, sagt Matt. „Ihre Geschichten sind nur andere.“ Und viele davon sind hart. Heimaufenthalte, Missbrauch und Vernachlässigung gehören ebenso dazu wie tägliche Anfeindungen. Terri Bowen, bekannt für ihre wunderbaren Porträts von Stars und von

Rokoko-Schönheiten, geht keinen Schritt ohne ihre Freunde: lebensgroße Pappfiguren, die sie mit Gesichtern bemalt, die von Rod Stewart bis zu Mitarbeitern von Creative Growth reichen. Immer wieder kommt sie morgens ganz niedergeschlagen an, weil sie in der U-Bahn verlacht wurde. Auch John Martin, groß wie ein Baum, setzt auf der Straße einen düsteren Blick auf und schwenkt seine langen Arme. „Draußen sind unsere Künstler andere Menschen“, sagt Matt, „sie sind viel schüchterner und sehr wachsam.“

Wie sehr man ihre Geschichten und ihre Behinderungen in den Vordergrund stellt, ist im Creative-Growth-Team ein viel diskutiertes Thema. „Natürlich sind wir ein Ort für Menschen mit Beeinträchtigungen“, sagt Matt. „Aber für uns sind sie in erster Linie Künstler.“ Auch wenn die be-

sondere Kraft ihrer Arbeiten, ihre Aufrichtigkeit und Direktheit häufig durch ihr Anderssein entsteht.

So wie bei William Tyler. Mit umwerfender Geduld, ganz langsam und präzise zieht er gerade, ellenlange Linien, teilt das große Blatt Papier in Kästen und in Spalten auf und ordnet so die Welt. Links und rechts ein Haus, dazwischen ein Baum und dazu Texte, in denen er in fein säuberlicher Schrift von Zaubershow, Schwimmbädern oder neuesten Nachrichten erzählt. Überall in dem Bild hängen Uhren, weisen Schilder den Weg, sind Flaggen zu sehen und Thermometer. Aber vielleicht würde er sich auch so ausdrücken, wenn er kein Autist wäre, sagt Tara. Man weiß es nicht. „Unsere Künstler sind einfach sehr interessante Menschen, und das zeigt sich eben auch in ihrer Kunst.“ _ BW



OUTSIDER-ART – „Außenseiter von was?“, fragt man bei Creative Growth und stellt in der eigenen Galerie aus