

Ein Lichtmagier der Sinnlichkeit

INS LICHT GERÜCKT

Berlin im Winter: Die Hauptstadt entfaltet einen ganz eigenen Charme, wenn sich großstädtisches Flair mit festlicher Weihnachtsstimmung verbindet. So präsentiert sich Berlin von Spandau bis Köpenick. Einen besonderen Reiz hat die Stadt in der dunklen Jahreszeit: Licht ist der Wirkstoff, der alle gefangen nimmt. Illuminierte Boulevards, Gebäude und Brunnen erzeugen eine Stimmung, die sich in der Welt herumgesprochen hat und die Gäste nach Berlin strömen lässt.

Herr Boehlke, Sie brennen für die Stadt – und das im doppelten Sinne: Einmal in ihrer Leidenschaft, etwas für Berlin zu schaffen – und zum Anderen in ihrer Profession als Lichtdesigner. Was ist eigentlich ein Lichtdesigner?

Ich habe vor 26 Jahren das Elektrohandwerk im elterlichen Betrieb von der Pike auf gelernt. Der Weg führte dann über das Messengeschäft zur heutigen Entwicklung.

Im Messebau wurde immer viel Kreativität und Improvisationskunst gefordert. Das Planen und Entwickeln von neuen Konzepten und Licht-Designs kam meinen Fähigkeiten entgegen. Die Veranstaltungsszene war eine große Spielwiese und bot gute Möglichkeiten, auch weil die technische Entwicklung große Fortschritte machte. Auf einmal konnten Ideen und Pläne realisiert werden und vor allem konnte ich auch internationale Erfahrungen, ob in Istanbul oder Kairo, sammeln. Neben der praktischen Erfahrung habe ich mein theoretisches Wissen vertieft und damit ein gutes Fundament geschaffen. Ich glaube auch, dass ich das Talent dazu in die Wiege gelegt bekommen habe. Durch meine Beschäftigung mit dem Thema Weihnachtsbeleuchtung kam dann der Begriff Lichtdesigner auf, der nicht meine Erfindung ist.

Kurzum: Lichtdesign heißt, kreativ und planerisch mit Licht umzugehen

und Resultate zu erzielen, die den Betrachter mit Freude erfüllen.

Für Berlin haben Sie das Thema Licht besetzt und sorgen nahezu in der gesamten Stadt für glanzvolle Lichteffekte. Sie haben Boehlke-Beleuchtungstechnik zusammen mit Vater und Großvater „hochgedimmt“. Hilft Ihnen die „Strippenzieherei“ beim nötigen Networking für neue Projekte?

Die Entwicklung des Unternehmens hatte seinen Ursprung bei meinem Großvater und meinem Vater, die sich beide ursprünglich mit Ladenbau und später auch mit Messebau beschäftigt haben. Beide sind Handwerksmeister – ich bin dann ein wenig „aus der Art geschlagen“, weil ich zwar das Handwerk erlernt, den Betrieb dann aber in eine andere Richtung gesteuert habe. Dadurch konnte ich meine Vorstellungen vom kreativen Umgang mit Licht auch in die Stadt tragen. Das Phantastische am Licht ist ja auch, dass es zunächst wenige, dann aber immer mehr Menschen „erleuchtet“ und mir somit Möglichkeit bietet, neue Projekte zu verwirklichen. Mein „Werbebudget“ habe ich zu Gunsten der Kunden in die Entwicklung neuer Lichtelemente umgewidmet.

Ich werbe vor allem mit meiner eigenen Leistung, die Aufträge kommen über Empfehlungen. Es funktioniert wie eine Art „Network-Schneeballsystem“.

Andreas Boehlke

- Geb. am 14.7.1966 in Berlin; verheiratet, Vater zweier Töchter
- 1983 Abschluss Elektroinstallateur
- 1985 Beginn Lichtplanung, kreative Lichtgestaltung in öffentlichen Räumen
- 1992 Gründung der Andreas T. P. Boehlke Lichtdesign GmbH
- 1996 erstmalige Planung der Weihnachtsbeleuchtung auf dem Kurfürstendamm
- 1997 Eintritt in die Geschäftsführung der Hans Boehlke Elektroinstallationen GmbH
- 2000 erfolgreiche Teilnahme an der EXPO 2000 mit 15 Großprojekten
- 2005 kreative und technische Leitung des Festival of Lights; Ausweitung der Weihnachtsbeleuchtung auf 82 Projekte; Planung und Ausführung der Beleuchtung von Messeständen weltweit (Tokio, Shanghai, Genf); Event- und Shopbeleuchtung (Reichelt, Thürmann, Leysieffer)

www.boehlke-beleuchtung.de



Soeben hat Berlin eine Kostprobe Ihres Könnens erlebt: Das Festival of Lights hat die Stadt und ihre Gäste verzaubert, die Medien gefangen genommen und auch international für Furore gesorgt. Wie kam es dazu?

Es ist dadurch entstanden, dass wir mit der City-Stiftung Berlin und mit vielen Entscheidern in der Stadt eine kreative Fokussierung erreicht haben. In erster Linie ist Siegfried Helias zu nennen, der die City-Stiftung gegründet hat, dann Dr. Bernd Andrich von der DIFA und die Agentur Zander & Partner. Herr Dr. Andrich schlug vor, gemeinsam das Lichterfest für die Stadt zu entwickeln. Jeder trug die Idee, etwas für Berlin zu tun, mit sich herum. Erst die City-Stiftung gab uns die nötige Plattform zur Umsetzung von Ideen. Nach einem Testlauf mit dem Funkturm im diesem Jahr habe ich dann ein Konzept ausgearbeitet, das zunächst 35 Gebäude umfasste.

Die Lichterfeste 2004 und 2005 haben auch bleibende Spuren in der Stadt hinterlassen. Beispielsweise erhielten durch Unterstützung der DIFA, Deutsche Immobilien Fonds AG, der Berliner Dom und die Heiliggeistkapelle zwei der ältesten Berliner Bauwerke eine dauerhafte Lichtinszenierung ihrer Fassaden.

Das Festival ist nur ein Hotspot in einer langen Lichterkette, die Sie für Berlin gespannt haben. Im Sommer sahen wir anlässlich der 300-Jahr-Feier Charlottenburgs ein illuminiertes Schloss in herrlicher Pracht. Jetzt befinden wir uns mitten in der Ad-

ventszeit und Ihre stimmungsvollen Bilder verzaubern den Betrachter. Ein Berliner „brennt“ für Berlin“?

Ja, ich bin hier geboren und aufgewachsen, also waschechter Berliner, und habe das große Glück, diese Dinge verwirklichen zu dürfen. Als Berater, Planer und Durchführender habe ich den ganzen Prozess im Auge und gewährleistet auch die Qualitäts- und Sicherheitsstandards. D. h., in diesem Unternehmen steckt neben dem Knowhow auch viel Material. Die Weihnachtsbeleuchtung ist Eigentum der Fa. Boehlke. Heute haben wir über 80 Projekte in der Stadt. Dazu gehören natürlich Weihnachtsmärkte und Gebäudefassaden, wie bei der World of TUI, oder das Neue Kranzlereck. Wir haben jetzt 25 Straßenzüge in Berlin, u. a. die Schloßstraße, die Friedrichstraße, den Ku'damm, die Linden, die wir beleuchten. Diese Größe haben wir von Jahr zu Jahr entwickeln können, weil die Kunden neben der Kreativität natürlich auch die Qualität zu schätzen gelernt haben.

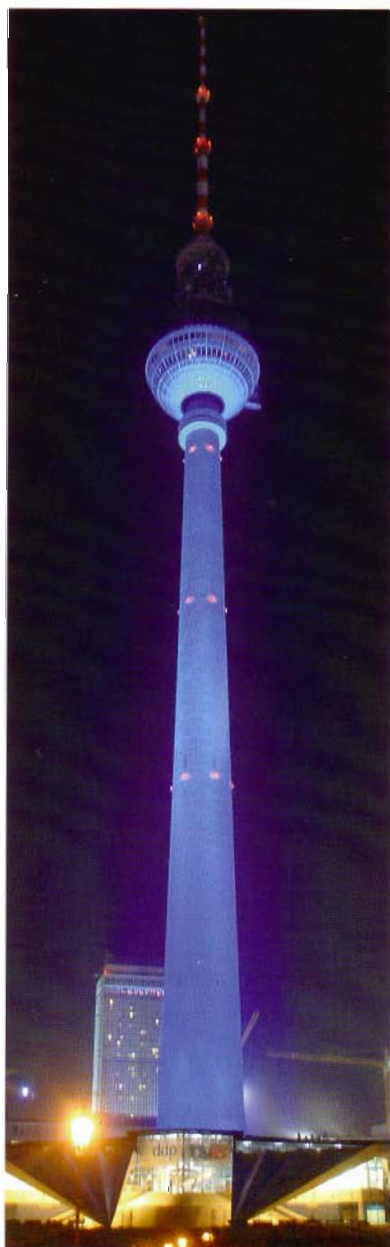
Die Vorweihnachtszeit lockt mit dem „WinterZauber Berlin“ auch viele internationale Gäste in die Stadt. Licht-Design ist neben dem reichhaltigen Angebot wie der WinterWelt am Potsdamer Platz, den über 50 Weihnachtsmärkten oder der Silvesterparty ein wichtiger Baustein im Mosaik der Imagekampagne. Berlin wird gern mit New York verglichen. Ist die Stadt hier auf dem richtigen Weg?

Viele berichten, dass die Berliner Weihnachtsbeleuchtung nicht nur mit

der von New York mithalten kann. Sie sei sogar noch besser und vielfältiger. Eigentlich kann ich das kaum glauben. Aber dank „WinterZauber“ und dank der Sponsoren haben wir natürlich gute Möglichkeiten, die Illumination kontinuierlich zu erweitern. Wichtig war, dass die Firma Wall und in diesem Jahr auch die Berliner Morgenpost sich entschieden haben, auch zukünftig den Ku'damm zu sponsern, und Vodafone und Vattenfall die Straße Unter den Linden. Wenn ich auf die Geschichte zurückblicke, hat sich das natürlich phänomenal entwickelt. Vor zehn Jahren habe ich mich als Nobody an der Ausschreibung für den Ku'damm beteiligt. Wir haben mit einem Dreijahresvertrag in kleinem Rahmen für die City-West angefangen. Heute sind wir 30 feste Mitarbeiter und bis zu 200 freie Mitarbeiter vom Schrauber bis zum Fassaden-



kletterer. Wir machen die Logistik, das Materiallager, das Controlling, die Planung, die Zeichnungen und natürlich die Qualitätsprüfung. Heute sind wir Dienstleister rund ums Licht. Nehmen Sie z. B. den höchsten Adventskalender Berlins am Neuen Kranzlereck. Dort sind professionelle Bergsteiger tätig. Wir haben einen Statiker im Haus, der die Konstruktion berechnet, damit sie sicher in die Landschaft passt. Außerdem produzieren wir auch die Hardware für die Motive, haben z. B. für den Ku'damm den 11,50 m großen Licht-Buddy Bären entwickelt. Zu 90 Prozent kaufen wir die Objekte ein, zehn Prozent produzieren wir inzwischen selbst.



Fotos: Sabeth Stickforth, Hans Boehle Elektroinstallationen GmbH

Insgesamt sind wir also auf einem guten Weg, Berlin selbstbewusst ins rechte Licht zu rücken.

Würde es nicht Sinn machen, den „WinterZauber Berlin“ und das „Festival of Lights“ zukünftig enger zusammenzuführen und damit die Außenwirkung Berlins noch zu intensivieren?

Ja durchaus, wir stimmen uns ohnehin als City Stiftung mit der BTM über Zeitraum und Inhalt des Festivals of Lights ab und können uns eine weitergehende Partnerschaft durchaus vorstellen.

Mit Ihren Projekten haben Sie sich binnen kürzester Zeit einen Namen als „Hauptstadt-Beleuchter“ gemacht, der Berlin erstrahlen lässt, um die hellen und positiven Eigenschaften von Licht mit dem Image der Stadt zu verbinden. Haben Sie eigentlich auch Projekte für die helle Jahreszeit?

Es gibt eine schöne Idee für das kommende Jahr, vielleicht schon für den Sommer: Zusammen mit Frank Westphal von der Stern und Kreisschiffahrt planen wir, Brücken „ins Licht einzutauchen“. Es wird dann Touren geben, auf denen die beleuchteten Brücken erlebbar sind. Ein weiteres Projekt, das die City-Stiftung für Pfingsten 2006 plant, ist ein Wasserfest. Dies wird zusammen mit der Wasserstadt GmbH in Spandau vorbereitet. Ziel ist es, Touren zwischen den beiden „Wasserstädten“ in Spandau und der Rummelsburger Bucht anzubieten, die dann natürlich auch unter den illuminierten Brücken der Innenstadt

hindurchführen. Dazu möchte ich aber jetzt noch nicht zu viel verraten. Auch der Funkturm beschäftigt mich weiter. Er steht als so genannte „Landmarke“ frei und weithin sichtbar da und bietet noch viel Potenzial für kreativen Umgang.

Heute ist modernes Marketing überlebenswichtig. Auch Sie entwickeln neue Strategien, um alle Jahreszeiten zu bespielen. Im kommenden Jahr gibt es dazu die Gelegenheit par excellence: Es herrscht Fußball-Fieber in der Stadt. Allein sechs WM-Spiele, die Eröffnungsgala und die Abschlussfeier werden hier stattfinden. Wie sieht Ihr Schaltplan dazu aus? Haben Sie auch schon eine Inszenierung präpariert, oder gehen Sie dann lieber selbst ins Stadion?

Nur soviel will ich verraten: Ich habe noch einen „Trainingsplan“ für weitere Überraschungen in der Kabine.

Abschließend eine persönliche Frage: Wie laden Sie eigentlich Ihre Batterien auf, die ja ständig bis zur Kapazitätsgrenze „gefahren“ werden, um Ihre Ideen und Bilder allen zugänglich zu machen?

Durch tolle Projekte und positive Energie, denn ich bin ein positiv denkender und handelnder Mensch. Und natürlich durch meine Familie, meine Frau und meine beiden kleinen Töchter.

Was treibt Sie eigentlich an?

Ich möchte Gutes tun für Berlin.

gb

