

MÁLAGA

Viertel im Kunstfieber

Anabel Roque Rodríguez erkundet das Kreativereal Soho Málaga

up

Kunst ist in Málaga zu einem Erfolgsgaranten geworden. Dabei spielt nicht nur der 1881 in der Stadt geborene Pablo Picasso eine Rolle. Auch bürgerschaftliches Engagement zeigt Wirkung - das beweist das Soho Málaga, ein rund 20 Hektar großes Kreativereal, das auch „Stadtteil der Kunst“ genannt wird. Zwischen Hafen und Stadtpark angesiedelt, wurde das Areal 2010 auf Initiative der Bewohner gemeinsam mit der Stadtverwaltung ins Leben gerufen. Der marketingtechnisch intelligente Name spielt auf bekannte Vorbilder an, beispielsweise das Soho in London, das bereits als Trendviertel etabliert ist. Mit der Gründung war die Idee verbunden, den bestehenden Stadtteil Ensanche Heredia zu revitalisieren. Das ist gelungen: Bewohner organisierten Feste, steuern Ideen für neue Projekte bei und haben beim Umbau vorhandener Gebäude in Ausstellungsflächen mit angepackt. Heute beherbergt das Soho neben einer Vielzahl an Galerien und Ateliers auch das Museum für zeitgenössische Kunst CAC - das sich mit Ausstellungen international renommierter Künstler wie Ai Weiwei oder dem Street-Artist Shepard Fairey in der spanischen Kunstszene einen Namen gemacht hat. Überhaupt spielt Street-Art eine wichtige Rolle im Soho Málaga: Seit 2013 findet jährlich das MAUS Festival statt, bei dem internationale Größen aus dem Genre eingeladen werden, um



◀ **Zeitgenössisch**
Ein Mural des Street-Art-Künstlers Shepard Fairey (rechts) im Trendviertel Soho

Murals zu fertigen, die dann Flächen im ganzen Viertel zieren. Die Vorbereitungen für das MAUS 2016, das im Frühjahr beginnen und bis in den Herbst andauern wird, laufen bereits. Eine aktualisierte Map mit den neuesten Arbeiten ist während der Laufzeit des Festivals online einsehbar. ■

www.mausmalaga.com

Ruhm, Geld und Ehre

Die Stadt setzt auf den Guggenheim-Effekt - zum Nachteil lokaler Künstler

down

Seitdem Bilbao durch den Guggenheim-Effekt zum Touristenmagnet avancierte, würden viele kleinere Städte in Spanien es der baskischen Metropole gern gleichtun. Auch Málaga will über Kooperationen mit bekannten Museumsmarken Kulturtouristen anlocken - eine Strategie des Bürgermeisters Francisco de la Torre, der das Stadtbild der letzten 15 Jahre geprägt hat. Mit einem finanziellen Kraftakt von 100 Millionen Euro fördert er die Kooperation mit großen Häusern. 2015 konnte er so gleich zwei Megamuseen in die Stadt holen: die erste Außenstelle des Centre Pompidou und die Sammlung des russischen Mu-

seums St. Petersburg. Das französische Haus hat einen Vertrag auf fünf Jahre geschlossen - die Stadt Málaga muss dafür jährlich eine Million Euro für die Nutzung der Namensrechte bezahlen. Die russische Sammlung wird zunächst für zehn Jahre gezeigt. Der Fokus der städtischen Kulturpolitik auf Prestigeprojekte wirkt sich negativ auf die lokalen Kunstschaffenden aus. Sie verlieren ihre Sichtbarkeit und erhalten kaum noch Förderung für experimentellere Formate. Das ist bedauerlich, denn zugleich bleiben revitalisierende oder finanzielle Effekte aus den beiden Kooperationen aus. In der lokalen Szene könnten die Gelder gewiss mehr bewirken. ■