

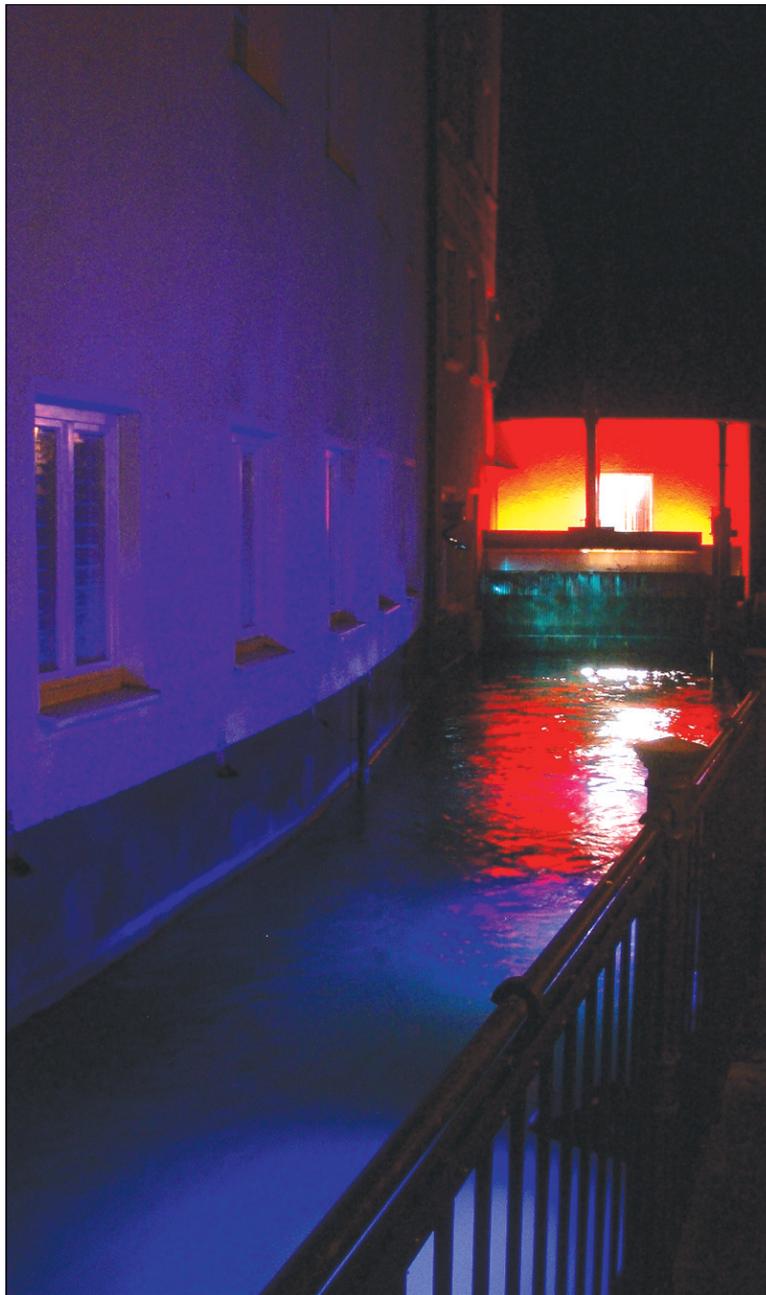
# Wir sind Augentiere

Wolfgang F. Lightmaster über seine Illuminationen bei den Max-Festen

Augsburg – Wir sind Augentiere, unser Hauptsinn ist das Sehen. Das Bewusstsein reagiert immer auf den hellsten Punkt der Umgebung am stärksten. Farben sind außerdem archetypisch, also von ihrer Bedeutung her in allen Kulturen ähnlich geprägt. Es ist somit leicht, die Aufmerksamkeit der Menschen mit Licht zu erhaschen. Das Ziel muss aber sein, die beleuchteten Gegenstände nicht zu „vergewaltigen“.

Hamburg und Köln sind die deutschen Vorreiter, was die Präsentation einer Stadt mit Licht angeht. Als Großstädte können sie dafür größere Summen in die Hand nehmen. Allerdings ist die Illumination von Gebäuden keine festgelegte Aufgabe der Stadt. Und Augsburg verfügt nicht über solche Budgets.

Als 2003, anlässlich der Augsburger Bewerbung zur Kulturhauptstadt, erstmals ein Konzept für Illumination in der Innenstadt erstellt wurde, war es mithin notwendig und logisch, dass das Konzept aus der Bürgerschaft heraus entstand. Damals hat sich das Bündnis für Augsburg gegründet, der wichtigste Grund für den sechsten Platz von Oberbürgermeister Paul Wengert beim „World Mayor Award“. Bei den bisherigen Max-Festen wurde das Konzept mit einem kleinen Budget umgesetzt, dass bis heute nicht wesentlich gewachsen ist. Unser erstes Etappenziel haben wir aber erreicht: Die Illumination wurde sachte und ohne Aufregung etabliert, es



Diese Lichtinstallation an einem Kanalwehr in der Altstadt gehört nicht zum offiziellen Kulturprogramm der Stadt. Lightmaster hat sie in Eigenregie realisiert. Unterstützt haben ihn dabei befreundete Unternehmer.

Foto: Lightmaster

gab keine Pro-und-Contra-Diskussion. Das nächste Ziel ist nun, die Illumination auf ein höheres Niveau zu bringen, damit auch die Besitzer der Geschäfte und Häuser in der Innenstadt das Potenzial für die Selbstdarstellung erkennen und etwas Geld investieren.

Dabei muss man unterscheiden zwischen Beleuchtung und Illumination. Beleuchtung hat einen rein praktischen Zweck: Man kann etwas sehen. Illumination erhebt sich über den reinen Zweck und wird so zur Kunst.

Dabei geht es um die Wirkung der Farben und den Bezug zum Objekt. Beispiel Herkulesbrunnen: Herkules ist ein Mars-Typ, ein Krieger, muss also rot angestrahlt werden. Die Figur auf dem Merkurbrunnen dagegen steht für den Handel, bekommt also Orange – die Farbe der schnellen Beweglichkeit.

Dazu braucht es keine Lasereffekte und keine wilden, ungewöhnlichen Farben. Licht wirkt umso stärker, je näher es dem vertrauten „Urfeuer“ kommt, in das der Menschen seit seinen Anfängen starrt. Natürlich könnte man irgendwelche aufregenden Bilder aufs Rathaus projizieren, aber was hat das mit dem Rathaus zu tun? Es genügt die großflächige Veränderung im gewohnten Stadtbild, um Aufmerksamkeit zu erregen.

Deshalb sollte man die Brunnen oder Kirchen auch nur zu bestimmten Anlässen farbig beleuchten. Sonst wird es zur Gewohnheit.

Protokoll: Max Stumpf

## WOLFGANG WER?

Die englische Ausgabe von Wikipedia kennt nur einen „Lightmaster“: Ein Widersacher der Actionfigur Spiderman, ein Physik-Professor, der im Kampf gegen Budget-Kürzungen bei der höheren Bildung kriminell wird und Superkräfte einsetzt: Sein Körper verwandelt sich in eine Masse vibrierenden Lichts. Wolfgang F. Lightmas-

ter kann darüber herzlich lachen. Er ist ein Kind der Hippie-Generation und hat in den 60-er und 70-er Jahren miterlebt, wie sich effektvolles Licht auf den Bühnen und in den Discotheken etablierte. Irgendwann legte er sich den Künstlernamen zu, mit dem ihn heute auch der Oberbürgermeister anredet. Jahrzehntlang arbeitete er als verant-

wortlicher Techniker bei internationalen Tourneen, unter anderem für Udo Jürgens und verschiedene Stars der Volksmusik. Mit Heino verbindet ihn eine lang gewachsene Freundschaft. Zudem engagiert er sich im bürgerschaftlichen Bündnis für Augsburg und bietet verschiedene Internet-Dienstleistungen an. ([www.lightmaster.de](http://www.lightmaster.de))



Wolfgang F. Lightmaster

Foto: Stumpf