

Die Urnen von Bettina Ulitzka-Allali appellieren ans Herz

Sie sind echte Hingucker, sinnlich, verspielt und dekorativ. Die großen, aufwendig bemalten oder mit Stoff überzogenen Keramikherzen von Bettina Ulitzka-Allali könnten glatt als Schaufensterschmuck einer Schöner-Wohnen-Galerie durchgehen. Dabei sind sie für einen denkbar traurigen Anlass gedacht: den endgültigen Abschied von einem geliebten Menschen. Die fünfzigjährige Hamburger Künstlerin entwirft Urnen ohne »großen künstlerischen Überbau«, wie sie gleich klarstellt. Wer Bettina Ulitzka-Allali mit Lockenwickler, Blümchenkittel und Zigarette auf ihrer Homepage »mama-products« sieht, mag sich fragen, wie eine Künstlerin, die offenbar vor Energie sprudelt und lustvoll Hausfrauen-Power und Mutti-Kult auf die Schippe nimmt, dazu kommt, gerade Urnen zu gestalten.

Mit einem persönlichen Trauerfall allein ist das noch nicht erklärt. Wohl auch damit, dass die gebürtige Frankfurterin als Kunsttherapeutin arbeitete und sich während ihres Studiums an den Kunsthochschulen in Wien und Hamburg intensiv mit den Weltreligionen beschäftigte. Als dann die eigene Mutter starb und Ulitzka-Allali nach einer Urne suchte, stieß sie auf eine echte Marktlücke. Denn im Angebot waren ausschließlich »Keksdosens«: braun, grau,

schwarz, oval, eckig oder rund, in jedem Fall düster und unpersönlich. Schlagartig wurde ihr in diesem Augenblick »die Trostlosigkeit unserer Bestattungskultur« bewusst, und sie begann nach einer Form zu suchen, »die Würde und Wärme, Liebe und Mitgefühl ausdrückt«. Das Herz sei in dieser Hinsicht konkurrenzlos, sagt sie. Dafür müsse sie in Kauf nehmen, »gern mal in die Kitschckecke gestellt zu werden«.

Drei Jahre währte der Vorlauf zur Gründung ihrer Firma »Das Herzlicht« (www.dasherzlicht.de) im Jahr 2007. Heute kennt sie sich mit Umweltschutz und Friedhofsrichtlinien, vergänglichen Naturfaserverbundstoffen und Grundwassergefährdungen aus. Die niedrig gebrannte Keramik baut sich nach 25 Jahren selbst ab. Im März brachte sie ihre erste Edition mit 20 Modellen auf den Markt, 60 Stück sind schon verkauft: Herzurnen mit unterschiedlichen Lasuren in Gold, Silber, Weiß oder Blau, mal mit Organa oder Seide überzogen, mal mit Ikonen, orientalischen Ornamenten oder Mandalas verziert. Gefäße, die in ihrer Opulenz an den Totenkult der alten Ägypter oder Skythen erinnern. Keins gleicht dem anderen, jedes ist von Hand bemalt und besitzt eine individuelle Note. Und wer selbst gestalten möchte, darf auch das. Schließlich sei der Tod »das Privateste, was einem Menschen widerfährt«, sagt die Künstlerin.

Isabelle Hofmann



Wider die Trostlosigkeit



Urnen von Bettina Ulitzka-Allali
Fotos: Künstlerin



Gregor Darius Haiduk und seine Sanierungskonzepte für Bestatter

Seinen eigenen Sarg hat er schon. Er ist schwarz – »Klavieroberfläche« – und ausgeschlagen mit Brokatstoff in Rot, Gold, Blau. Der Mann, der ihn für sich entwarf, »wollte es elegant und »sehr hochwertig«. Er ist Anfang vierzig. Das Gehäuse für die letzte Reise steht bei seinen Eltern auf dem Dachboden. Gregor Darius Haiduk plant freilich nicht, bald abzutreten. Er wälzt sich auch nicht in schwarzem Humor. Er ist ein dem Leben zugewandter Realist. Dabei glaubt er an ein zweites Leben. Oft erlebt er Déjà-vus. Unterdessen habe sich bei ihm alles »puzzleartig« gefügt. Zunächst wollte er Innenarchitekt werden, studierte jedoch Architektur und Betriebsmanagement, suchte eine »Marktlücke« und kam auf Särge und Urnen. Er begreift sie als Objekte, die der Gestaltung bedürfen wie alles andere.

Dabei sieht sich der Wuppertaler nicht als Künstler. Zu viele tummelten sich unverdient auf diesem Feld. Der Sarg für seine Wenigkeit war sein erster. »Man soll den Tod nicht wegwischen«, sagt er, »noch in der Trauer sollten uns Dinge erfreuen, obwohl das die Thematik nicht zulässt.« Inzwischen ist Haiduks Haupttätigkeit – »mit den Särgen fing ich vor zehn, elf Jahren an« – die Sanierung und Modernisierung von Bestattungsunternehmen. Oberstes Gebot:

»Eine helle freundliche Atmosphäre«. Er liebt Naturstein wie Hochglanzflächen – »gegenwärtig in Weiß und Kakaotönen« –, ferner Hölzer wie Zeder und Kirsche: »damit ich Wärme bekomme«. Das von ihm ästhetisierte Bestattungsgeschäft in Hamm »sieht aus wie eine Galerie«, eine Urne schon mal wie ein Espresso-Zubereiter. In jeder größeren deutschen Stadt war der Sohn eines Elektrotechnikers bereits beschäftigt, baute dreißig bis vierzig Bestattungsfirmen um oder lieferte die Entwürfe dazu, »schaffte sich hoch zu einem Marktführer«.

Es gibt noch viel zu tun. Allein in Köln seien schließlich sechzig bis achtzig Bestatter tätig, schätzt Haiduk. »Das Tabuthema gehört voll ins Leben«, sagt er, »ich schaffe Atmosphäre, die den Betroffenen nicht noch zusätzlich aufs Gemüt schlägt.« Über den Tod gelangt er auch ins frisch erblühende Dasein. Nicht nur die Bleibe für die Ewigkeit ist sein Metier. Soeben wurde eine Penthouse-Wohnung in Lüdenscheid fertig. Er sei, sagt Haiduk, komplett zukunftsorientiert. Wie er das jetzt meinen mag?

Dorothee Baer-Bogenschütz

Übrigens:
Vor dem Tod kommt bekanntlich meist das Altern. Jürgen Claus denkt über die Gerontologie in der Kunstszene nach – auf Seite 25 dieser Ausgabe.

