

november 2012

# woman

HAMBURG

in the city

## 5 STERNE FÜR ZUHAUSE

So bequem haben's die Hamburger

## WELLNESS-OASEN

Hier lassen Sie die Seele baumeln

## VERLAG MIT ANKERHERZ

Über die Sehnsucht nach echten Geschichten

SIMONE BRUNS:

*IM AUFTRAG  
DER KUNST!*

SIMONE BRUNS IST BERÜHMT FÜR IHRE UNKONVENTIONELLEN AKTIONEN

# IM AUFTRAG DER KUNST

*Bei den Hamburgern gelten ihre Kunst-Soirées längst als Geheimtipp. Extravagant inszeniert macht Simone Bruns – Fotografin, als Agentur beauftragte Kultursponsoringbeauftragte der Deichtorhallen und Kunstliebhaberin – aus einer Vernissage ein Erlebnis. Wohl dem, der eine der mittlerweile heiß begehrten Einladungen erhalten hat. Denn nur, wer etwas zu erzählen hat und sich nicht einfach nur für wichtig hält, darf dabei sein.*

**Text: Ilona Lütje | Fotos: Gunnar Meyer **



OUTFITS:  
Shop!  
Hochallee 124, 20149 Hamburg  
Tel.: 040/41305961

LOCATION:  
Brandshof Hamburg-Elbbrücken

HAIR & MAKE-UP:  
MAI-HAN HUYNH  
mimai-1986@hotmail.comwww.

STYLING:  
Lilia Winter  
www.liliawinter.de

FOTOS BY GUNNAR MEYER  
www.fotograf-hamburg.org





Ein Freitag im Oktober. Die Sonne scheint und verspricht für diesen späten Herbsttag noch einmal ein Gefühl von Sommer. 20 Grad sind es bereits, als wir uns vorm Eingang des Brandshofes in Rothenburgsort treffen. Simone Bruns zieht ihre Pudelmütze über die langen Haare. Nein, sie ist keine Frau der Konventionen. Wenn sie sagt, sie will Pudelmütze, dann kann der Herbst noch so laut „Wir haben heute aber 20 Grad!!!“ schreien. Sie tut, was sie will. Das hat sie schon immer getan. Und hat sich damit viele Freunde gemacht.

Mit ihrer Lebensfreude und dem selbstbewussten Auftreten hat sie vor allem einen um den Finger gewickelt: den bekannten Hamburger Modefotografen F.C. Gundlach. „Er ist mein Mentor, mein Förderer“, schwärmt Simone Bruns. Sie hat ihn bereits vor 12 Jahren kennen gelernt. Damals arbeitet sie noch bei der Firma Professional Print Solutions im Bunker, die Gundlach gehört. Er ist fasziniert von Simone Bruns, behält sie im Auge – und bekommt seine Chance. Simone Bruns – mittlerweile zu Agfa gewechselt – fährt 2004 im Auto und hört im Radio von der Insolvenz ihres Arbeitgebers. „In dem Moment klingelte das Handy“, sagt sie. Am anderen Ende: F. C. Gundlach. Er plant gerade eine große Ausstellung, braucht dafür viel Geld und weiß: wenn jemand das akquirieren kann, dann Simone Bruns.

Nach erfolgreicher Mission sieht F. C. Gundlach in Simone Bruns die ideale Partnerin für eine langfristige Zusammenarbeit. Und behält Recht. Simone Bruns entwickelt ein feines Gespür, für die jeweiligen Ausstellungsprojekte die passenden Sponsoren zu finden und vor allem zu begeistern. Simone Bruns selbst betont, von ihrem Mentor die wichtigsten Regeln für intelligente und nachhaltige Sponsoren-Akquise auf den Weg bekommen zu haben. Sie sagt: „Das Ganze funktioniert nur, wenn ich mit einem überzeugenden Gesamtkonzept eine klassische Win-Win-Situation für Künstler, Sponsoren und Kunstliebhaber auf einem sehr hohen Niveau schaffen kann. Daran habe ich mich konsequent gehalten.“

Doch nicht nur wie der Vertrieb in der Kunst funktioniert lernt sie von ihrem großen Vorbild. Bei all ihren Ideen steht er ihr mit Rat zur Seite, unterstützt sie, kritisiert sie auch. „Genau das bringt mich weiter“, weiß sie.

Ostfriesland. Leer. Ihre alte Heimat. Damals, nach der Schule, als Simone Bruns ihrer Familie eröffnet, dass sie an der Kunsthochschule Düsseldorf Malerei studieren möchte, schütteln ihre Eltern nur den Kopf. Brotlos, sagen sie. Was willst du denn damit? Mach was Solides! Das Solideste, was ihr da einfällt, ist Fotografie. Und landet so über Umwege eben doch noch bei der Kunst.

»FOTOS ERZÄHLEN GESCHICHTEN. DAFÜR BRAUCHE ICH KEINEN PERFEKTEN RAHMEN UND KEINE PERFEKTE BELEUCHTUNG.«

Einen siebenstelligen Betrag hat Simone Bruns für die Deichtorhallen und andere Kunstprojekte in den vergangenen acht Jahren bei Sponsoren aus der Finanz- und Luxusgüter-Industrie für hochkarätige Kunst- und Fotoausstellungen zeitgenössischer Künstler in Hamburg eingeworben. Den Erfolg führt die Kunstförderin auf ihre „emotionalen“ Sponsoringkonzepte zurück: Mit ihren Events bietet sie ihren Partnern, zu denen auch der Kulturinvestor Klausmartin Kretschmer gehört, den Brandshof als Shooting-Kulisse zur Verfügung stellte, eine bislang einzigartige Bühne – und ermöglicht den Besuchern ein einzigartiges Kunstereignis auf internationalem Niveau. Simone Bruns mag keine Galerie-Kultur: „Da wird zu 19 Uhr eingeladen, alle stehen rum und nippen am Sekt und um 21 Uhr ist wieder Feierabend. Das wird der Kunst nicht gerecht“, sagt sie. „Fotografie muss berühren. Jedes Foto erzählt eine Geschichte. Dafür brauche ich keine perfekten Rahmen und auch keine perfekte 

»VIER WOCHEN OHNE STROM  
UND FLIESSEND WASSER.  
WENN DU NACHTS IM ZELT  
LIEGST UND DRAUSSEN  
DAS GEWITTER TOBT, DANN  
MERKST DU, DASS DU LEBST.«





Sopranistin Julia Kretschmer-Wachsmann (rechts) ist nicht nur gern gesehener Gast auf den Soirées von Simone Bruns, sondern mittlerweile auch eine gute Freundin geworden. Vor dem Wohnwagen aus dem Film „Soulkitchen“, in dem sie eine kleine Nebenrolle belegte und dessen gesamter Einrichtungsfundus sich im Brandshof befindet, gibt die Sängerin eine kleine Kostprobe ihres Könnens.

Beleuchtung“, hat sie in den vergangenen Jahren immer wieder erfahren. Sie hat ein sicheres Gespür dafür, künstlerische und kommerzielle Bedürfnisse sensibel miteinander zu vereinen.

Sie liebt es unkonventionell: Teilweise sind ihre Fotos für die Soirées nur ausgedruckt und an die Wand geklebt. Zack, eine Kerze davor und damit hat sich's. Ein gewagter Stilbruch, schließlich kosten die Bilder bis zu 25000 Euro. Für Furore sorgt so zum Beispiel ihre Soirée „The beauty of darkness“ in der Villa Magnolia an der Elbchaussee, wo sie die Werke verschiedener Fotografen im Dunkel lässt und den Gästen am Eingang eine Taschenlampe in die Hand drückt. Im April 2012 organisiert sie die „Barfuß-Party“ auf der schwebenden Installation von Anthony Gormley in den Deichtorhallen als spektakuläre Auftaktveranstaltung zur Ausstellung. Auch das festliche Dinner an langen Tafeln zwischen den monumentalen Werken des britischen Künstlerduos Gilbert & George im Januar 2011 steht exemplarisch für ihren Ansatz, Kunst im Rahmen eines glamourösen Events mit handverlesenen Gästen sinnlich erfahrbar zu machen. Jüngster Clou: Die Foto-Soirée mit Werken des bekannten Fotokünstlers Christian von Alvensleben begeisterte die rund 300 Gäste im Brandshof.

„Ich zelebriere die Kunst“, sagt Simone Bruns. Ihre Soirées finden in ständig wechselnden Locations statt – stets Häuser, in die man normalerweise so gar nicht kommt. Es gibt immer einen Dresscode: mal sollen die Gäste barfuß erscheinen, dann heißt es „Dark & Beautiful“ oder

auch „a little black, a little gold, a little silver“. Immer auch auf dem Programm: Musik, meist klassische. So wie die Einlage der Sopranistin Julia Kretschmer-Wachsmann. Die Doktorandin der Germanistik ist häufig bei Soirées und Galas zu Gast und bereitet mit ihren Chansons und Arien den Gästen Gänsehaut.

„Ich genieße dieses glamouröse Leben“, gesteht Simone Bruns. Dabei sei sie selbst privat eher bodenständig. Statt Stöckel und Abendkleid trägt sie lieber Jeans und Turnschuh und läuft mit ihrer Weimaraner-Hündin Amanda durch den Wald. Ihren Ausgleich findet Simone Bruns im Sport. Nia, Taekwondo, Tai Chi – „Sport ist Teil meines Lebens und gibt mir Kraft“, sagt die Powerfrau. Im Urlaub gibt es statt Glanz und Glamour Rucksack und Luftmatratze. „In diesem Jahr war ich in Afrika unterwegs. Vier Wochen ohne Strom und fließend Wasser. Wenn du nachts im Zelt liegst und draußen das Gewitter tobt, dann merkst du, dass du lebst“, sagt sie. Nein, trotz all der glamourösen Events: Die Bodenhaftung hat Simone Bruns nicht verloren. „Das habe ich meiner Familie zu verdanken“, sagt sie. „Ich bin sehr konservativ und christlich aufgewachsen, diese Grundwerte sind wichtig für das, was ich heute mache. Meine Familie erdet mich.“ Sie weiß: „Ohne sie wäre ich wahrscheinlich ganz schön abgehoben.“ Darum auch ganz wichtig für sie: Auf ihre Events werden nur die Menschen geladen, die etwas zu erzählen haben. „VIP hat bei mir nichts mit einem großen Auto, einer Villa oder einem tollen Namen zu tun“, sagt sie selbstbewusst. „Inhaltsprominenz“ nennt sie das.

»VIP HAT BEI MIR NICHTS MIT EINEM GROSSEN AUTO, EINER VILLA ODER EINEM TOLLEN NAMEN ZU TUN.«

„Nur weil jemand gerade angesagt ist, muss ich ihn nicht dabei haben.“

Ein Effekt, den Simone Bruns bereits erreicht hat: Durch die ausgewählte Gästeliste weckt sie Begehrlichkeiten. Nur einmal gab es bislang eine Ausstellung für die Öffentlichkeit. 40 Motive von Albert Watson wurden im Auftrag der Deichtorhallen am Jungfernstieg präsentiert. Zurzeit wird schon wieder das nächste Event vorbereitet, das für Dezember geplant ist. „Auch das wird wieder ein ganz besonderes Erlebnis“ verspricht Simone Bruns. Außergewöhnliche Events mit hochkarätigen Künstlern in Kombination mit einer exklusiven Gästeliste – für Simone Bruns ein neues Geschäftskonzept, das sie weiter ausbauen und großen Unternehmen anbieten will.

Gemeinsam mit zwei Partnerinnen gründete sie 2010 die Initiative „Next Art Generation“, deren Ziel es ist, mehr junge Menschen in Hamburg für Gegenwartskunst zu begeistern. Von einem 9-to-5-Job ist sie weit entfernt. Vor allem abends knüpft sie ihre Kontakte, pflegt ihr Netzwerk. Ein Job auf Hochtouren. „Ich kann auch anders“, sagt Simone Bruns. Die Wochenenden hält sie sich fürs Privatleben frei. Und das ist vor allem eines: „Total unpräzise.“

