

Große Wände, große Kunst: New Yorker Künstler gestaltet Fassade des a&o Köln Neumarkt mit XXL-Graffiti



Große Wände, große Kunst: New Yorker Künstler gestaltet Fassade des a&o Köln Neumarkt mit XXL-Graffiti

- Deutschland-Premiere für Timothy Goodmans Fassadenkunst
- Von „Veedel“ bis „Feelings“ – global-lokales Storytelling
- Drei intensive Arbeitstage im Kölner Mauritiusviertel
- Auf dem Hubsteiger in bis zu 20 Meter Höhe
- „Public art meets where you are“ – “Öffentliche Kunst kommt zu den Menschen”

Köln – So viel mehr als nur Fassade: „People Love People“, heißt die Geschichte, die [der New Yorker Künstler Timothy Goodman](#) auf der rund 800 Quadratmeter großen Fassade des [a&o Köln Neumarkt](#) in einem XXL-Graffiti-Kunstwerk erzählt. Nach drei Tagen intensiver Arbeit feiert das erste Timothy-Goodman-Mural in Deutschland Premiere: mit schwungvollen Linien, klaren Konturen und typisch Kölschen Wortschätzchen. Dass die hin und wieder kleine Rechtschreibschwächen zeigten, bringt Goodman zum Schmunzeln: „Meine Arbeit ist spontan, intuitiv, flexibel – ich sehe Wörter als Umrisse, Fehler kommen ganz natürlich vor.“

So wurde aus „Veddel“ schließlich doch noch „Veedel“ und „Klaßf“ zu „Klaaf“. Es geht ums Miteinander, um Leben und Leben lassen und immer wieder auch ums Reisen. Goodman arbeitet ohne Vorlage, ausgestattet mit einer Wunsch-Wörter-Liste, mit Mundschutz und Fassadenfarbe aus der Dose. Stück für Stück und konsequent getaktet erobert Goodman vom Hubsteiger aus in bis zu 20 Meter Höhe die beiden Hauswände am Mauritiuswall nahe des Kölner Neumarktes und erzählt die Story „People Love People“ fokussiert-entspannt in Wort und Bild.

250 Wandbilder weltweit, a&o Köln Neumarkt erstes in Deutschland

Über 250 solcher Wandbilder weltweit hat der in New York lebende Goodman bereits geschaffen, dazu Projekte u.a. mit Apple, Nike, Tiffany & Co und der New York Times realisiert. Das a&o Köln Neumarkt ist seine erste Arbeit in Deutschland.

„Es hat mich schon immer interessiert, die Grenzen zwischen Kunst, Design und Leben aufzubrechen“, erzählt

Goodman, „mal zeichne ich auf einem Basketballplatz für Kinder in Brooklyn, mal entwerfe ich Kleidung für Uniqlo, dann besprühe ich einen Müllwagen in New York City mit Farbe, ein anderes Mal schreibe ich etwas sehr Persönliches über Liebeskummer. Meine Projekte können kommerziell, kulturell, persönlich sein – sie alle sind durch und durch ein Teil von mir.“

„People Love People“– Passanten bleiben stehen

In Köln wird die Geschichte „People love People“ jetzt weitererzählt: „Kunst im öffentlichen Raum muss zuerst fragen: Wer geht hier jeden Tag vorbei? Diese Wand spricht Kölsch und ist trotzdem für alle lesbar, die von weit her anreisen. Sie muss niemandem erklärt werden – genau das war die Aufgabe“, sagt [Kuratorin Tanja Heuchehe](#), die das Projekt für a&o realisiert hat. Und [Jacqueline Rieger, General Managerin der drei Kölner a&o-Standorte](#), beobachtet das Treiben vor der Haustür zufrieden: „Wir sind jetzt das Hostel mit dem Mega-Mural und ab sofort schon von weitem sichtbar.“

Liefert das a&o Köln Neumarkt damit die Vorlage für weitere, für ähnliche Projekte? „Die Verbindung zwischen a&o Hostels und Kunst ist ja nicht neu“, so [a&o-Gründer und CEO Oliver Winter](#), „und für uns ist das auch ein Weg, dem Standort etwas zurückzugeben, lokale Eigenheiten zu bewahren, indem wir sie neu ins Licht rücken.“

Es bleibt spannend!

Bonus-Material: Interview with Timothy Goodman

“The reason I make art is to connect to other human beings”

1. How would you describe what you do, in a few sentences? How would you like your work to be perceived?

I'm an artist, designer, author, muralist. I've done a lot of things in my career from commercial work for massive brands like YSL, Nike, Apple, to creating cultural work for the city of NYC, to writing books and creating social experiments. I've always been interested in breaking down the boundaries between art, design, and life. I can be drawing on a basketball court for kids in Brooklyn, making clothes for Uniqlo, spray painting a sanitation truck in NYC, or writing something deeply personal about heartbreak or therapy. One project may be commercial, one may be cultural, and one may be personal, but they're all inherently me.

Ultimately, the reason I make art is to connect to other human beings. I want the work to feel direct, human, accessible, and hopefully make somebody feel something. Art is the thing people forget they need until they need it.

2. Is there an artwork (by anyone) that holds special meaning for you, and why?

Keith Haring has always been a hero of mine, especially his public work. It's not really one specific piece as much as his entire approach to making art. Haring once said, "I assumed, after all, that the point of making art was to communicate and contribute to culture." I've carried that idea with me for a long time. I've created more than 250 murals, and there's still something amazing to me about putting art directly into people's everyday lives.

3. How do you approach a large-scale wall like this one? How much is planned and how much is spontaneous?

I always start with the idea. I want the idea to dictate the style and execution, not the other way around. I'll have certain words, phrases, and themes planned out, but I freestyle most of the actual drawing directly on the wall. I love that tension of having a plan but not knowing exactly what the final thing will look like until I'm making it. And weirdly, before art school, I spent three years working for a house painter in Cleveland. So I guess I've been preparing for giant walls my entire life.

4. What drew you to this project? What conditions need to be in place for you to take on a commission?

I love making work in public space, so the scale and visibility of this project immediately excited me. There's something very different about making something that becomes part of a street or a neighborhood rather than something people have to intentionally seek out.

For any commission, I need to feel like there's enough trust and freedom for me to actually make something that feels like me. Of course there are parameters but I don't want to just decorate something.

5. What is the title of the piece, and why?

“People Love People” This is for everyday people in Cologne, from someone in NYC, that will be shown online for

the world. We're all connected through love.

6. What will guests and passersby encounter here? What story are you telling, and how did it come about?

More broadly, I want someone walking by to stop and try to figure out what's going on. And take a picture! That's one of the things I love about public art. Maybe somebody spends ten minutes looking at it, maybe somebody sees it every morning on their way to work, and maybe somebody glances at it for three seconds from across the street. All of those experiences are valid. A lot of my work starts from something personal but hopefully becomes universal. I write about love, relationships, depression, therapy, politics, manhood, New York, whatever I'm thinking about. The specifics may be mine, but the feelings usually aren't. That connection is what I'm always chasing.

7. How local is the motif, and how universal?

I think the best work can be both. Something can respond specifically to Cologne—to the architecture, people, history, or energy of a place—but the emotion or idea underneath it shouldn't require you to be from Cologne to understand it. That's something I've learned through making murals in different cities and countries. We obviously have different cultures and experiences, but so many of the things we think about every day are universal: love, fear, belonging, loneliness, humor, relationships, wanting to be seen. The more personal and specific I've gotten with my work over the years, strangely, the more universal it has become.

8. What role can art in public space play here? How do you hope people will respond?

Public art can create a sense of ownership and pride in a street or a community, but I also think we can over-intellectualize this stuff sometimes. Sometimes it's enough for someone to turn a corner, see something unexpected, and have their day interrupted for a second.

That's what I love about murals. Art shouldn't only be for people who go to museums or galleries. Public art meets you where you are.

The greatest joy I can have as an artist is connecting to another human being through something I made. I don't need everyone to respond the same way. Maybe you love it. Maybe you hate it. Maybe you photograph it, laugh at something in it, or it makes you think about your own life for thirty seconds. I just want there to be an exchange.

9. How do you choose your colors, and why these ones for Cologne?

Generally, with murals I love keeping it black and white or black with one color accent. Color for me works the same way everything else does: it serves the idea. I'm not interested in picking colors just because they're fashionable or because they look good together. Especially at this scale, color becomes part of how the piece communicates from far away.

10. Did you know Cologne before this project, or is this your first time here?

I've been to Berlin several times, but this is my first time in Cologne! I've heard nothing but great times. I'm very excited.

Über a&o Hostels

a&o wurde im Jahr 2000 vom heutigen CEO Oliver Winter in Berlin gegründet. [Das Unternehmen betreibt derzeit 45 Standorte mit rund 31.300 Betten in 31 Städten und zehn europäischen Ländern.](https://www.aohostels.com/de/) Getreu dem Motto „Everyone can travel“, ermöglicht a&o das Reisen zum bezahlbaren Preis. Rucksacktouristen gehören ebenso wie Alleinreisende, Familien, Schulklassen und Vereine zum Kern-Gästesegment von a&o. Auch die Zahl der Businessreisenden und Senioren nimmt weiter zu. Mit rund drei Millionen Gästen (2024: 2,8), 6,6 Millionen Übernachtungen (6,2 Mio), einer Zimmerauslastung von 76 Prozent und einem Umsatz von 245 Millionen Euro (232,4 Mio) ist 2025 das bislang erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Im Rahmen der Nachhaltigkeits-Strategie werden die Maßnahmen zur weiteren Verringerung der CO2e-Emissionen je Übernachtung vorangetrieben. Seit Ende 2023 sind StepStone Group und Proprium Capital Partners Eigentümer von a&o. Neue Standorte 2026/25: Manchester, London, Mailand, Florenz, Brüssel. Mehr unter <https://www.aohostels.com/de/>

Kontakt:

Dr. Petra Zahrt

Mobile +49 (0) 172 94 54 753

Mail petra.zahrt@aohostels.com

a&o Hostels Gmbh & Co. KG
Adalbertstr. 50
10179 Berlin Deutschland
www.aohostels.com

Geschäftsführer: Oliver Winter, Dr. Markus Harder

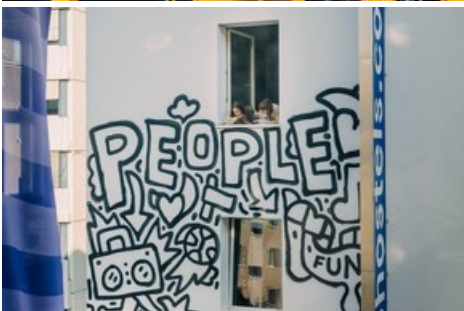
Medieninhalte



“The reason I make art is to connect to other human beings”: Drei Tage hat Timothy Goodman für die rund 800 Quadratmeter große Fassade des a&o Köln Neumarkt gebraucht. Inspiriert von Keith Haring, erzählt der 44-Jährige New Yorker kleine Geschichten ganz groß – und das weltweit. Jetzt erstmals auch in Deutschland mit Premierenpartner a&o Hostels (Foto: Felix Kleymann).



Drei Tage mit dem Hubsteiger an der a&o-Fassade entlang: der New Yorker Künstler Timothy Goodman (Foto: Felix Kleymann).



Einmal begonnen, kaum zu stoppen: Rund 800 Quadratmeter Außenfassade bekommen in drei Tagen ein neues Gesicht – die Story „People Love People“ nimmt ihren Lauf (Foto: Felix Kleymann).

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/120999/6380270> abgerufen werden.