

HÖREN SIE WAS?
IMMER NOCH
NICHT? ABER
JETZT!
DEUTSCHLAND
BRUMMT VOR
KREATIVITÄT.
UND HIER SIND
EINIGE DER
**STARS
VON
MORGEN**

58

Der 1967 in Essen geborene **Oliver van den Berg** hat's mit der Technik. Oder eben nicht. Mit seinen Kunstwerken rückt er dem Mythos Hightech zuleibe und lotet die Tücken und Macken aus, die mit den Fetischen unserer modernen Zeit innewohnen. An U-Booten, Radarschirmen und Satelliten hat van den Bergs Schaffenslust sich noch ebenso entzündet wie an den V1-Raketen, mit denen Nazi-Deutschland im Zweiten Weltkrieg Großbritannien angriff und die der Künstler auf Grundlage von Erinnerungsskizzen Londoner Bürger interpretierte. Weit weniger martialisch, aber ebenso irritierend sind diese aus Holz gefertigten Kameras als Relikte einer überdimensionierten Pressekonferenz, mit der van den Berg in der Ausstellung „Made In Germany“ im Kunstverein Hannover vertreten war.



59

OLIVER VAN DEN BERG

OLIVER VAN DEN BERG



60

Sabine Wild beeindruckt durch ihre Zerstörungskraft – allerdings handelt es sich dabei um eine Destruktion der sachtesten Art und eine, die darauf abzielt, die Welt neu zu erschaffen. Die 1962 in Padua geborene und in Berlin lebende Fotografin zerlegt die Matrix unserer Städte und ordnet sie neu, in ihren Bildern lässt sie Bereiche in Unschärfe versinken, um in anderen Parts überhöhte Schärfe zu erzeugen. Das Flirren und Verschwimmen dient so dem Akzentuieren, dem Bloßlegen von Strukturen. Auch die Farbigkeit setzt sie in ihren Arbeiten gezielt zur Bildung von Schwerpunkten ein, etwa wenn in ihrem Bild „NY projection XX“ glühendes Orangerot oder Schwefelgelb aus einem Blaugrau hervorbricht. Hervorbricht? Ein zu starkes Wort, denn wie gesagt: Sabine Wild ist die

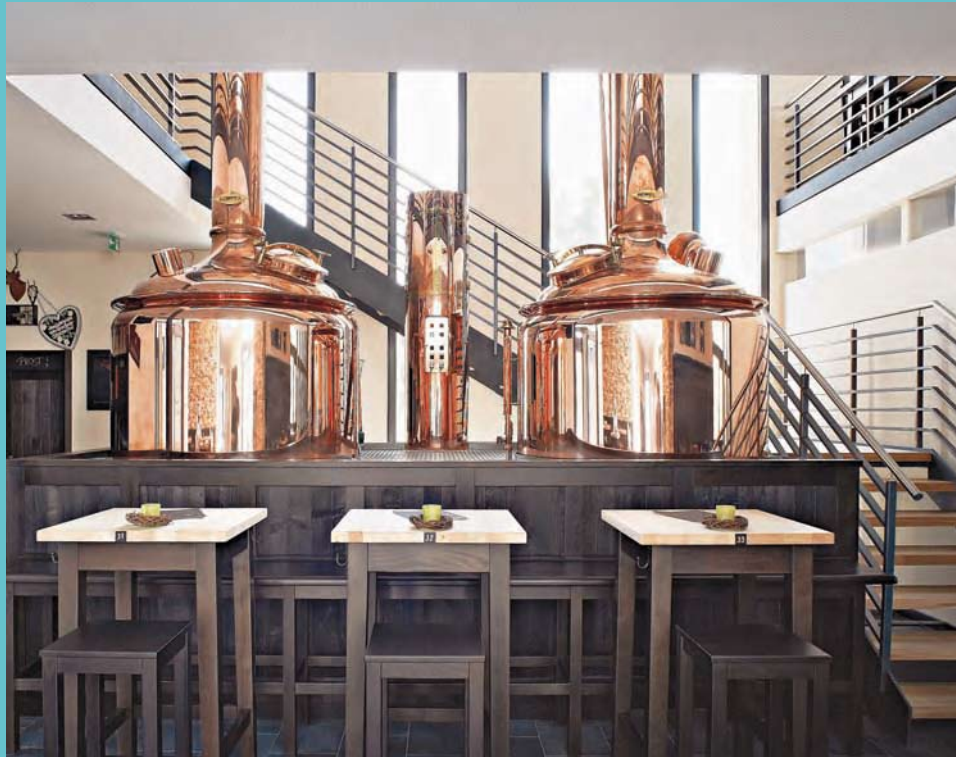
sanfteste ZerstörerIn, die man sich denken kann. In ihren Arbeiten gezielt Schwerpunkten ein, etwa wenn in ihrem Bild „NY projection XX“ glühendes Orangerot oder Schwefelgelb aus einem Blaugrau hervorbricht. Hervorbricht? Ein zu starkes Wort, denn wie gesagt: Sabine Wild ist die sanfteste ZerstörerIn, die man sich denken kann.



61

SABINE WILD
SABINE WILD

FRANKEN ARCHITEKTEN



62

Brammer scheinen sich am Goethe-Wort „Nur die Lumpen sind bescheiden“ zu orientieren –

Bernhard Franken und Frank Brammer scheinen sich am Goethe-Wort „Nur die Lumpen sind bescheiden“ zu orientieren – das Brauhaus „Goldener Engel“ in Ingolstadt hat das Architekten-duo nach Selbstauskunft „im Spannungsfeld zwischen dem Erhabenen der Sakralarchitektur und dem Profanen der Braukultur“ angelegt. Starke Worte. Und ein starker Bau. Ebenso wie die „Bubble“, die sie für den BMW-Auftritt auf der IAA 1999 entworfen haben, oder der Münchener Cosmogrill, den sie als „letzte Imbissstube am Rande des Universums“ gestalteten.



jura
SWISS MADE

If you love coffee

Roger Federer

Nummer 1 der Tennis-Weltrangliste,
15-facher Grand-Slam-Gewinner,
erfolgreichster Tennis-Champion aller Zeiten

Die neue IMPRESSA Z7 – Cappuccino und Latte macchiato auf Knopfdruck

Entscheiden Sie sich wie Roger Federer für einen Kaffeespezialitäten-Vollautomaten von JURA. Zum Beispiel für das neue Spitzenmodell der Sonderklasse, die IMPRESSA Z7 mit höhenverstellbarem Cappuccinoauslauf bis 153 mm.

www.jura.com





64

Damir Doma ist ein leicht melancholischer Modemacher, ein gebürtiger Kroatier, der klare Konturen und streift eher den lyrischen als den lyrischen menswear-Designer. Als Quelle seiner Inspiration hat Doma „Gefühle, die Natur und Kunst“ ausgemacht und damit ein ziemlich unbestimmtes Feld abgesteckt – aber das Bestimmte und Gradlinige ist seine Sache ja auch nicht, für diese Erkenntnis reicht schon ein Blick auf seine Kreationen.

DAMIR DOMA

INDEPENDENCE IS A STATE OF MIND

RAYMOND WEIL

GENEVE



Noemia

Mother-of-pearl dial and
Stainless steel case with diamonds
Crown with midnight blue dome
Sapphire crystal

www.raymond-weil.com
germany@raymond-weil.ch



Peter Martin und Daniel Karczinski sind Markenbotschafter, und das im umfassenden Sinn. Mit ihrer Münchener Agentur für Corporate Identity, Design und Markenberatung setzen sie auf eine ganzheitliche Strategie, die Positionierung und Visionsfindung ebenso abdeckt wie das Definieren von Unternehmenswerten, Markenarchitektur, Naming oder Claim-Entwicklung. Für die Entwicklung der Brand Identity versprechen Martin et Karczinski: „Im Zuge der Implementierung verschmelzen Markenbewusstsein und Mitarbeiterselbstverständnis allmählich.“ Klingt ein bisschen nach Orwell. Aber auch wahnsinnig kreativ.

MARTIN ET KARCIKINSKI



Liebeserklärung:
53 € = 53 Meilen



Meile um Meile die Welt
entdecken: Unbezahlbar

Infokarte schon weg?

Ihren Kartenantrag für die Lufthansa Miles & More Credit Card sowie Detailinformationen zu dieser Sonderaktion (23.11.2009 – 31.01.2010) finden Sie unter www.miles-and-more.com/de/unbezahlbar. Bei weiteren Fragen helfen wir Ihnen gerne unter 0 180 5066144 (0,14 €/Min. aus dem Festnetz der Deutschen Telekom AG; Kosten für Anrufe aus dem Festnetz anderer Betreiber oder aus Mobilfunknetzen können abweichen).

Die Lufthansa Miles & More Credit Card. Jeder Einkauf zählt.
Jetzt beantragen und einmaligen Welcome-Bonus sichern!





nd „Creative Germany“ ist selbst auf hochgradig kreative Manier
 als Destillat der Web-2.0-Community edaab.com nämlich.
 ie geballte Kreativität junger Deutscher aus den Bereichen
 Design, Kunst, Mode, Fotografie und Werbung präsentiert. Man-
 en Der Bildband „Creative Germany“ ist selbst auf hochgradig kreative Manier
 derentstanden: als Destillat der Web-2.0-Community edaab.com nämlich.
 chti Hier wird die geballte Kreativität junger Deutscher aus den Bereichen
 kse Architektur, Design, Kunst, Mode, Fotografie und Werbung präsentiert.
 GE Manche von ihnen dürften als Sternschnuppen ihres Metiers hell aufleuch-
 ten und schnell wieder verglühen, aus anderen könnten Stars werden –
 beim Blättern in dem wuchtigen Band ist schon die Spekulation darüber,
 wen wohl welches Schicksal treffen wird, das halbe Vergnügen.
 CREATIVE GERMANY, Daab Verlag, Köln London New York 2009, 500
 Seiten, Format 27 x 29 cm, Hardcover, Text: englisch, deutsch, spanisch,
 französisch, italienisch, 69,95 Euro

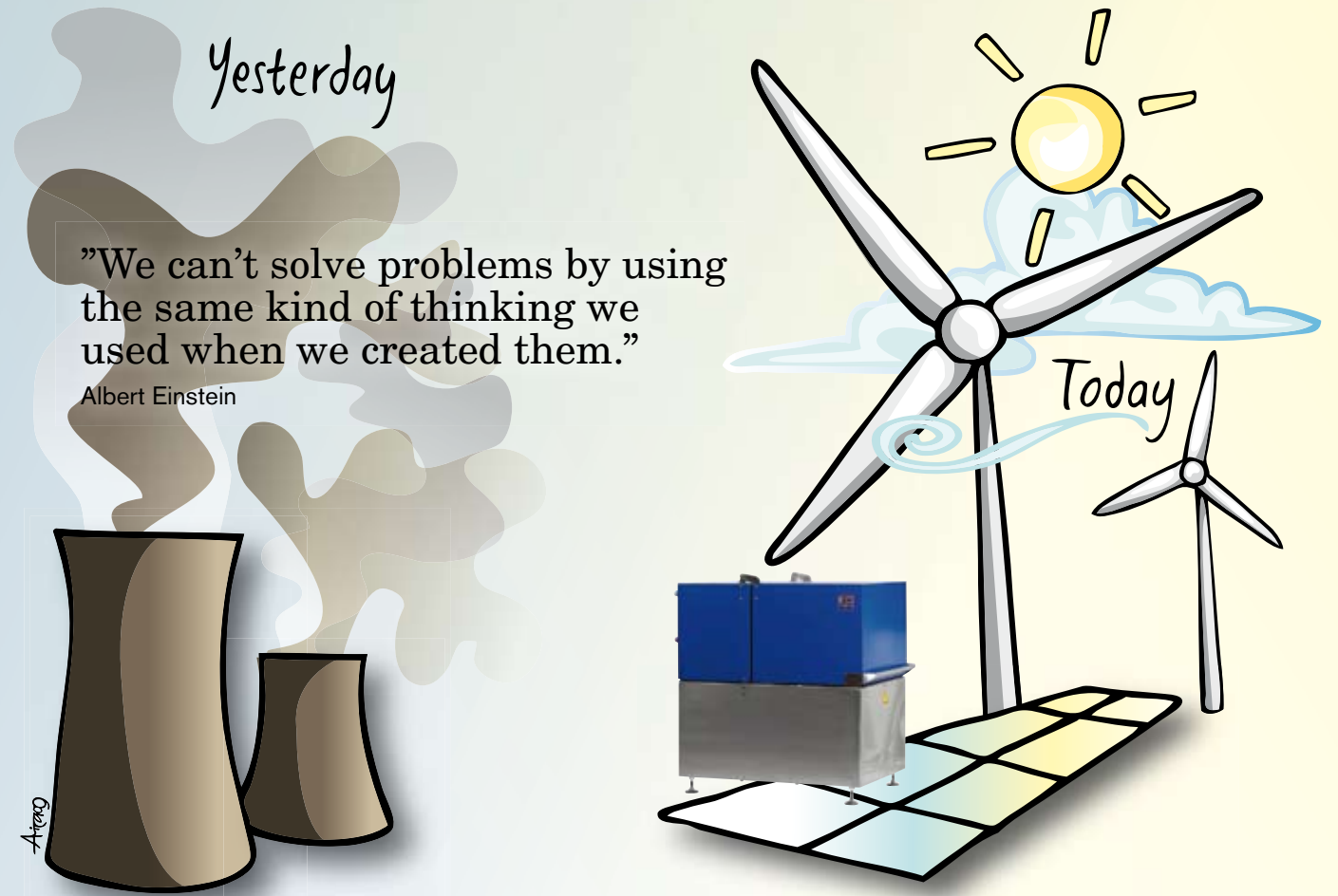
BUCHTIPP

Fotos: Thomas Bruns/courtesy Kuckei + Kuckei, VG Bild Kunst, Bonn 2009; Sabine Wild www.kunstwild.de, VG Bild Kunst, Bonn 2009; Jens Willebrandt, courtesy Darmit Doma, Martin et Karczinski

Yesterday

”We can’t solve problems by using
 the same kind of thinking we
 used when we created them.”

Albert Einstein



Was bei Hautproblemen hilft, wird mit Ihren Fältchen lässig fertig.

Ein Concept das ursprünglich für medizinische Anwendungen wie z.B. bei Neurodermitis oder
 Schmerzzuständen entwickelt wurde, macht jetzt im Beautysektor Furore. SQOOM, das von An-
 wendern zum Produkt des Jahres gewählte Anti-Aging Concept, bringt hochwirksame Inhaltsstoffe
 tief unter die Haut und füllt nachweislich die Hyaluronsäure-Depots wieder auf. Das macht die Haut
 zusehends praller. Kleine Fältchen verschwinden komplett, tiefere Falten flachen deutlich ab, das

gesamte Hautbild wird nachhaltig regeneriert.
 SQOOM bringt die wertvollen Inhaltsstoffe mit
 1 Million Schwingungen pro Sekunde genau dort-
 hin, wo sie gebraucht werden. Zuverlässig und
 schnell. Ultraschnell. Ausführliche Informationen
 erhalten Sie unter www.sqoom.de oder unter der
 kostenlosen Informations-Hotline: 0800 3376272.

Bezahlen Sie SQOOM bequem mit Ihren Meilen.
 Jetzt im Lufthansa WorldShop-Christmas Special.



SQOOM

Anti-Aging. Next Level.

STOP TALKING – START DOING

The solution is here

- CO₂ reduction above 50%
- Short return on investment
- Integrated energy solution
- Easy to install
- Very quiet
- Low maintenance



www.ecpower.eu
sales@ecpower.dk

Produkt des Jahres
2009

Windows®. Leben ohne Grenzen.
HP empfiehlt Windows 7.

ENVY¹⁵

TECHNOLOGIE VOLLER LUXUS.



Der ultimative Notebook-Prozessor von Intel®, bis zu 16 GB Speicherkapazität und die Night Vision-Webcam sind nur einige der innovativen Technologien die schon heute im Envy erhältlich sind.

Mehr Informationen auf www.hp.com/de/envy

THE
COMPUTER
IS PERSONAL
AGAIN.

