



HH+
HOTSPOT
HELVETIA

Beweggründe

Die Kreativwirtschaft ist, was die Wertschöpfung, Beschäftigtenzahlen und Ausstrahlung anbelangt, ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für den Raum Zürich. Sie steht dem Wissensstandort Zürich nahe und gestaltet diesen aktiv mit. Durch ihre Nähe zum eigentlichen Kultursektor sorgt sie für neue Ideen, Innovationen, Toleranz und Offenheit. Damit entfaltet sie Anziehungskraft auf die sogenannte „Creative Class“, bzw. Wissensarbeiter aus den verschiedensten Bereichen – einschliesslich Finanz, Informatik und Telekommunikation.

Schliesslich wirkt sich die Kreativwirtschaft zentral auf die Gesamtbeurteilung der Attraktivität des Wirtschafts- und Lebensraumes Zürich aus.

Ziele der Creative Zürich Initiative

Die Creative Zürich Initiative, kurz CZI, will die Kreativwirtschaft der Region Zürich nachhaltig entwickeln, breiter vernetzen und ihr mehr Beachtung im In- und Ausland verschaffen.

Die Ziele der CZI sind:

- Vernetzung über die verschiedenen Kreativ-Teilmärkte hinweg
- Sensibilisierung der Wirtschaft, Politik, Medien sowie breitere Öffentlichkeit für die Bedeutung der Kreativwirtschaft und ihre Bedürfnisse

- Einflussnahme auf die Aus- und Weiterbildung im Kreativbereich
- Sichtbarmachung der Kreativ-Leistungen aus dem Raum Zürich
- enge Anbindung an den öffentlich geförderten Kultursektor
- intensive Zusammenarbeit zwischen Kreativ- und übriger Wirtschaft und sowie erhöhtes gegenseitiges Verständnis
- enge Kooperation zwischen Kreativwirtschaft und forschungsnahen und wissensbasierten Unternehmen bzw. Einrichtungen

Organisation

Die CZI ist weder ein Verein noch eine Organisation im engeren Sinne, sondern lediglich eine offene Plattform für alle, die an der Entwicklung der Kreativwirtschaft Zürich interessiert sind und bereit sind, ihren freiwilligen Beitrag dazu zu leisten.

Die CZI kann im Laufe der Zeit in eine festere rechtliche Struktur überführt werden. Auch können einzelne Teilbereiche, die im Rahmen der CZI angedacht wurden, in eigenständige und selbsttragende Organisationen überführt werden.

(Stand Oktober 2006)

AGENT-PROVOCATEUR.CH
CABARET VOLTAIRE
DESIGN PREIS SCHWEIZ
DESIGNER'S SATURDAY
FREITAG
HOCHPARTERRE
JRP | RINGIER
LINETO
NIEVES
PARKETT
REAL TIME SOCIETY
SHOWCASE INTERNATIONAL
SODA
TWEAKFEST
ZÜRICH FILM FESTIVAL

INHALTSVERZEICHNIS

Ausgewählte Projekte / Organisationen / Firmen

AGENT-PROVOCATEUR.CH

AGENT-PROVOCATEUR.CH
heller enterprises
Giessereistrasse 5
CH-8005 Zürich
T +41 (0)43 233 91 37
info@agent-provocateur.ch
www.agent-provocateur.ch

agent-provocateur.ch ist ein unabhängiges „non-profit“ Projekt, das Video-Spots von Kulturschaffenden zum aktuellen Schweizer Zeitgeschehen produziert. Die Spots dauern zwischen 30 und 90 Sekunden, können auf den Werbescreens in den Schweizer Bahnhöfen oder im Kino gezeigt werden und stehen im Web zum Download bereit.

Die Spots sind pointierte, eigenständige und provozierende Kommentare. Sie sind selbst erklärend, funktionieren für ein breites Publikum in allen Landesteilen und bedienen sich analytischer Schärfe, satirischer Überzeichnung, witziger Überraschung, giftiger Poesie oder künstlerischer Eindringlichkeit. Der klassische Agent Provocateur ist ein Anstifter. In unserem Fall werden kulturell kompetente Statements realisiert, die sowohl tagespolitische als auch strukturelle und mentale Fragen behandeln. agent-provocateur.ch fördert die öffentliche Debatte.

Hinter agent-provocateur.ch steht die Datuma AG. Dieses Unternehmen in Zürich definiert seine Tätigkeit darin, interessanten Ideen zu gesellschaftlich wirkungsvoller Realisierung zu verhelfen. Kulturelle und soziale Projekte stehen im Vordergrund. Produziert und in Umlauf gebracht wird agent-provocateur.ch von Heller Enterprises, Zürich.

Die Beiträge entstehen im Rahmen von Wettbewerben, in Zusammenarbeit mit Projektpartnern, als „wilde Eingaben“ oder aufgrund von direkt vergebenen Aufträgen durch eine Redaktion, die auch für den Vertrieb verantwortlich zeichnet.

Um ein grösstmögliches Publikum zu erreichen, finden Kino-projektionen im Vorprogramm ausgewählter Betreiber statt, Präsentationen an Festivals, Auftritte im Fernsehen, Aktionen wie das „Autokino“ und Ankündigungen über einen elektronischen Newsletter. Auf der Website agent-provocateur.ch können die Spots in einfacher Auflösung angeschaut und heruntergeladen werden.

Die ausgewählten Autorinnen und Autoren repräsentieren bewusst unterschiedliche kulturelle Szenen der Schweiz: das Spektrum reicht von Cineasten über Videokünstler bis zu Grafikern, Werbern und bildenden Künstlern oder Musikern aller Landesteile und Sprachregionen.

CABARET VOLTAIRE

CABARET VOLTAIRE
Philipp Meier – Direktor
Spiegelgasse 1
8001 Zürich
T +41 (0)43 268 08 44
philipp.meier@cabaretvoltaire.ch
www.cabaretvoltaire.ch

Vor 90 Jahren, am 5. Februar 1916, begründeten Hugo Ball, Emmy Hennings, Hans Arp, Tristan Tzara und Marcel Janco mit der Eröffnung des legendären „Cabaret Voltaire“ den Zürcher Dadaismus. Ausgehend von Zürich hat diese Avantgarde-Kunst-richtung in die ganze Welt ausgestrahlt und in Paris, Berlin, New York, Südamerika, Osteuropa, Japan und Südafrika Wurzeln geschlagen. Fast alle interdisziplinären Kunst- und Kulturbewegungen des 20. Jahrhunderts haben aus den Strategien geschöpft, die Dada ins Gesellschaftsleben einführte: von Punk bis MTV, von Rave bis zu kreativen Werbebotschaften, von Medienmanipulationen bis zu Sampling- und Remix-Technologien.

Durch eine Besetzung des Hauses an der Spiegelgasse in der Zürcher Altstadt vor rund vier Jahren, wurde fast neunzig Jahre später dank des unermüdlichen Einsatzes zahlreicher Dada-Freunde der Weg endlich geebnet für eine vom Esprit der Dadaisten inspirierte Neu-Nutzung des Hauses: Am 30. September 2004 öffnet „der Nabel der Welt“ erneut unter dem Namen «Cabaret Voltaire» seine Tore für Wissenschaftler, Schulklassen, Kunstliebhaber, kaufmüde Passanten, Geschäftsleute, Touristen, Oberschichtler und Niederdörfler.

Das Caberet Voltaire will:

* dokumentieren: Die gigantische, noch nicht schlüssig ergründete Projektionsfläche namens «Dada» wird kunstgeschichtlich aufgearbeitet. In Form von historisch/dokumentarischen Ausstellungen präsentiert das Cabaret Voltaire in halbjährlichem Wechsel, mit räumlichem Fokus im Gewölbekeller, sogenannte Sondierbohrungen von der Gegenwart in die Vergangenheit.

* experimentieren: Das Cabaret Voltaire bietet ein spartenübergreifendes, zeitgenössisches Programm, das relevante Fragen von Kultur und Gesellschaft aufgreift und so in die Zukunft verweist (Stichwort «Postdadaismus»). Im «Schaufenster» des Cabaret Voltaire, Showcase genannt, ist ein themenspezifisch kuratierter Shop eingerichtet (wichtig: kein Museumsshop), und im eigentlichen Cabaret Voltaire-Saal finden Veranstaltungen und Aktionen statt. Dieser Raum kann übrigens auch für kulturelle und private Anlässe gemietet werden.

* de-institutionalisieren: Das Cabaret Voltaire initiiert, produziert, präsentiert und unterstützt gezielt Projekte, die den institutionellen Rahmen sprengen. (z.B.: www.gugusdada.ch oder www.rebell.tv.)

DESIGN PREIS SCHWEIZ

DESIGN PREIS SCHWEIZ
Design Center AG
Postfach 1619
CH-4901 Langenthal
tel. +41 (0)79 758 12 50
designcenter@designnet.ch
www.designpreis.ch

Ausschreibung Design Preis Schweiz 2007

Design aus der Schweiz auszuzeichnen und anschliessend international zu präsentieren, das ist das wichtigste Anliegen des im zweijährigen Rhythmus verliehenen Design Preis Schweiz. So wurden etwa die nominierten und prämierten Arbeiten des Design Preis Schweiz 2005 nach ihrer Präsentation im Kornhausforum Bern in Frankfurt a.M und in Berlin gezeigt. Gegenwärtig sind sie in Tokyo zu sehen.

In diesem Herbst wird der Design Preis Schweiz, der längst zu einer festen Grösse in der nationalen Designszene geworden ist, zum neunten Mal ausgeschrieben. Zur Teilnahme am Wettbewerb sind Designerinnen und Designer, Unternehmen, aber auch Studierende von Gestalterhochschulen eingeladen. Von Mitte November 2006 bis zum Anmeldeschluss am 30. April 2007 können die Projekte aus den Bereichen Communicationdesign, Furnituredesign, Interiordesign, Textiledesign, Fashiondesign, Productdesign und Research auf einer speziell eingerichteten Datenbank des Design Centers in Langenthal eingereicht werden.

Der Wettbewerb ist zweistufig angelegt. Eine Gruppe von Fachexperten sichtet sämtliche Einreichungen und nominiert daraus ca. 40 Projekte. Eine prominent besetzte, internationale Jury vergibt anschliessend maximal fünf Preise. Die Preisverleihung findet am 2. November 2007 in Solothurn statt. Gleichzeitig wird

die Ausstellung der nominierten und prämierten Arbeiten im Kunstmuseum in Solothurn eröffnet, die später wieder auf internationale Wanderschaft gehen wird.

Finanzielle Unterstützung erhält der Design Preis Schweiz traditionell vom Textilverband Schweiz, den Wirtschaftsförderungen der Kantone Bern, Solothurn und Zürich, dem Staatssekretariat für Wirtschaft seco, dem Bundesamt für Kultur sowie von der Schweizerischen Stiftung für Design. Für den Design Preis Schweiz 2007 konnten darüber hinaus neue Partnerschaften mit den renommierten Unternehmen USM, RADO und der Swiss Design Association abgeschlossen werden.

Anmeldebedingungen und weitere wichtige Informationen sind auf der Homepage www.designpreis.ch ersichtlich, die ab Mitte November 2006 aufgeschaltet sein wird.

DESIGNER'S SATURDAY

DESIGNER'S SATURDAY
Design Center AG
Postfach 852
CH-4901 Langenthal
T +41 (62)923 03 33
designcenter@designnet.ch
www.designersaturday.ch

Der erste Designers' Saturday in Langenthal fand 1987 statt. Seither haben 10 dieser Veranstaltungen – alle zwei Jahre – die Schweizer Designszene mitgetragen, bekannt gemacht und vorwärts gebracht.

Ziel des Anlasses war es immer zu inspirieren. Der Designers' Saturday will, im Gegensatz zu einer Möbelmesse, nicht nur einen Überblick über hervorragende neue Produkte geben, sondern vor allem dem Besucher anhand von Installationen, unkonventionellen Inszenierungen und Prototypen einen Einblick in die Tiefe der Designwelt zu ermöglichen. Bald zwei Jahrzehnte Schweizer Designgeschichte im Einrichtungsbereich hat der Designers' Saturday begleitet, mitgemacht, geprägt und gepflegt. Das Beste, was in dieser Zeit konzipiert, gestaltet und realisiert worden ist, war hier zu sehen. Und so wird es künftig auch weitergehen.

Das Umfeld, in dem Design sich entfaltet, verändert sich unablässlich. Einerseits ermöglichen die durch die Digitalisierung revolutionierten Konzeptions- und Fabrikationsprozesse zunehmend eine Individualisierung des Produktes. Die Konsumenten andererseits machen mit wachsender Vorliebe von diesem «customized» Angebot Gebrauch und bilden eine Vielzahl von neuen und zum Teil schwer identifizierbaren Teilmärkten. Design

bleibt aber schliesslich in seinem Wesen die Disziplin, die sich um das Erfinden von Gegenständen kümmert. Design als Erbe eines erleuchteten Handwerkes ist jenes praktische Instrument, das massive Veränderungen in der Gesellschaft auf eine menschliche Ebene herunterzubrechen vermag.

Gutes Design, also Design mit Potential zum Klassiker, hinterlässt fast immer den besonderen Eindruck, ein Stück materialisierte Cleverness in den Händen zu halten. Diese handfeste Intelligenz ist offenbar nicht in erster Linie abstrakter oder akademischer Natur. Es geht eher um eine Qualität, die von einer besonderen Intimität mit der Realität der Materie, von einer Nähe zu den Menschen und zu ihrem Alltag bezeugt. Jeder, der in der Prototypwerkstatt eines Herstellers gewesen ist, der die Endmontage von einem perfekt ausgereiften Stuhl gesehen hat oder ganz einfach den Sparschäler aus der Schublade herausholt, kennt die einfache handfeste Freude an gutem Design.

Wie dies aussehen kann, zeigen in Langenthal am 4. und 5. November 2006 rund 40 ausgewählte in- und ausländische Hersteller: In stimmungsvollen Inszenierungen und Installationen geben sie anhand von Prototypen und Produkten Einblick in ihre Innovationskraft, Kreativität und Designkompetenz.

FREITAG

FREITAG lab. AG
Postfach
CH-8031 Zürich
T +41 (0)43 210 33 33
drive-in@freitag.ch
www.freitag.ch

THE COMPANY

Seit über zehnjahren produziert und vertreibt FREITAG Taschen und Accessoires aus gebrauchten Materialien, die auf der Strasse zu Hause sind: alte abgasgegebte LKW-Planen, Fahrradschläuche, gebrauchte Autogurte und Airbags. FREITAG legt hohen Wert auf Funktionalität, Design, Nachhaltigkeit und Qualität.

FREITAG vertreibt seine Produkte weltweit über 350 ausgewählte Shops und in den drei eigenen F-Shops in Zürich (CH), Davos (CH) und Hamburg (DE). Ende 2006 zählt das Unternehmen 50 Mitarbeiter und produziert jährlich über 120 000 Produkte in der 2800 m² grossen Halle der ehemaligen Maag-Zahradfabrik in Zürich.

THE PRODUCT

Individual recycled freeway bags – das sind Taschen, die durch die Verwendung von gebrauchten Materialien immer wieder verschiedene Aufdrucke und Farben haben und deshalb immer wieder anders aussehen. Jedes Produkt ist ein Unikat und genügt unseren hohen Ansprüchen an Qualität, Design und Robustheit.

THE STORY

1993 suchten die beiden Grafikdesigner und Brüder Markus und Daniel Freitag nach einer funktionellen, wasserdichten und

robusten Tasche für ihre Entwürfe. Inspiriert vom bunten Schwerverkehr, der vor ihrer Wohnung an der Zürcher Transitachse durchbrummte, entwickelten sie eine Messenger Bag aus alten LKW-Planen, gebrauchten Fahrradschläuchen und Autogurten. So entstanden im Wohnzimmer der WG die ersten FREITAG Taschen – jede ein Unikat. Unbeabsichtigt lösten die Brüder damit eine neue Welle in der Taschenwelt aus. Heute wie damals entstehen FREITAG Taschen unmittelbar neben der gleichen Transitstrecke. Hier werden sie entworfen, zugeschnitten und verpackt. Über 40 Modelle haben Markus und Daniel in der Zwischenzeit zur Serienreife entwickelt, weitere folgen.

HOCHPARTERRE

HOCHPARTERRE AG
Verlag für Architektur und Design
Ausstellungsstrasse 25
CH 8005 Zürich
Telefon +41 (0)44 444 28 88
verlag@hochparterre.ch
www.hochparterre.ch

Die Zeitschrift für Architektur und Design ist eine wichtige Stimme in der schweizerischen Design- und Architekturdebatte. Sie will drei Dinge: informieren, bewerten und nützen. Hochparterre ist kein Kirchenblatt einer Gestaltergruppe und nicht nur eine Fachzeitschrift. Der Ansatz ist breiter und reicht von der Planung über Architektur zu Möbel-, Grafik-, Schmuck-, Geräte-, Industrial und Corporate Design. Das Heft hat den Ehrgeiz, fachkundig und gleichzeitig allgemein verständlich zu sein. Hochparterre ist Forum, Bühne und Kanzel jener, die in Architektur und Design etwas zu sagen haben. Hochparterre ist das Heft – Hochparterre ist aber auch ein Verlag, der hochparterre.wettbewerbe, Bücher und Broschüren herausgibt, Kataloge und Zeitschriften herstellt und im Internet unter www.hochparterre.ch präsent ist.

Hochparterre ist die Zeitschrift der Architekten, Planer und Designerinnen der Schweiz. Sie vermittelt zwischen den unterschiedlichen Berufen. Unser grösstes Publikum sind mit 65 Prozent die Architektinnen und Planer. 20 Prozent der Leserinnen und Leser arbeiten als Designerinnen und Designer. Hochparterre ist das offiziöse Organ des wichtigsten Schweizer Designverbands, der Swiss Design Association.

Hochparterre ist auch die Zeitschrift der Komplizen in Architektur und Design, also der Bauherren, Beamten, Politikerinnen und der Fabrikanten. Hochparterre ist schliesslich – und zum kleinen Teil – eine Zeitschrift der Opfer von Architektur, Planung und Design.

Hochparterre ist eine Kulturzeitschrift mit einem hohen Prestige. Sein Publikum liebt den klassischen bildungsbürgerlichen Kanon von Kunst über Literatur bis zum guten Essen und schönen Trinken. Hochparterre-Leserinnen und –Leser konsumieren kritisch, denn sie haben ein gutes, weil geschultes Auge für Qualität in der Form und der Konstruktion. Sie leisten sich gerne die Freuden des Luxus und des schön ausgestatteten Lebens. Sie betonen Werte wie Verantwortung gegenüber der Welt und Umwelt und sie bevorzugen nachhaltige Materialien, Produkte und Dienstleistungen.

JRP|RINGIER

JRP|RINGIER KUNSTVERLAG AG
Letzigraben 134
8047 Zürich
T +41 (0)43 311 27 50
info@jrp-ringier.com
www.jrp-ringier.com

Created in 2004, JRP|Ringier is stemming from a partnership between the renowned Swiss publisher Michael Ringier and JRP Editions, a small press founded by Lionel Bovier. The company presents a resolutely contemporary art profile and has developed its catalogue around three axes: artists' projects, partnerships with international art institutions, and several series edited by curators or art critics. Careful to maintain a high editorial quality as much in terms of conception, design, and production, the company has positioned itself as an independent producer as well as a publishing partner for museums or private structures. Since 2004, more than 120 titles have been produced (in German, French or English) and are currently in active distribution internationally.

The company has organized its production according to defined typologies, while maintaining its flexible approach toward artists' projects. This publishing strategy has allowed to develop, often in collaboration with institutions and renowned editors, a catalogue of titles aimed at the contemporary art audience and structured around different editorial lines and timeframes. Presenting a generation of artists emerged in the 1990s as well as introducing the newest artists and positions in today's scene, JRP|Ringier's catalogue also demonstrates an interest in remapping the 1980s and in publishing significant

texts and artists still overlooked today. Working with an international geography in mind, JRP|Ringier is also building a network of associate editors based in different countries to continuously review, select and publish artists, writers, and curators whose works, we believe, will leave their mark on our culture.

Lineto – the name is borrowed from the PostScript™ page description language – was founded by Cornel Windlin and Stephan Müller in 1993. Five years later, they jointly set up Lineto.com to distribute their own typefaces through the internet, and invited a number of fellow designers to publish their fonts alongside. Since then, Lineto has grown into a reputable library of original typefaces.

For the 2004 relaunch of the website all Lineto fonts have been carefully remastered to bring them in line with the requirements of software developers and their latest versions of applications and operating systems.

Presently, Lineto fonts are available exclusively from this website, except for some of the early work shown in the «Lineto Legacy» section. These are still sold through the FontFont label.

For specific questions in relation with Lineto, please contact Lisa Knoll or Tony Esposito with your inquiry directly.

LINETO

LINETO
Pfungstweidstrasse 6
CH-8005 Zürich
T +41 (0)44 271 90 66
service@lineto.com
www.lineto.com

NIEVES

NIEVES
Brauerstrasse 37
P.O. Box 1932
8026 Zürich
T +41 (0)44 240 04 80
post@nieves.ch
www.nieves.ch

Every time I walk into a bookstore the sheer number of titles on display constantly flabbergasts me. It is really overwhelming at times, not only because there is so much out there, but also that it all just seems to have become so corporate in recent years. Like everything else, it seems big business has taken over the world of publishing as well. Don't fret too much though, because I'm constantly finding out about individuals whose actions discount this theory entirely. That doesn't mean that we shouldn't be aware, but it is important to remember that there are people who are doing things the way they want to (and successfully) regardless of the perceived power of big business or big brother.

A perfect example of this is a small Zurich-based publishing company with the enigmatic name of NIEVES. I first found out about them when I was contacted to contribute to a small art and culture periodical they were self-publishing called Zoo Magazine. It turned out that Zoo was the dream of a young, twenty-something impresario named Benjamin Sommerhalder. Benjamin studied graphic design in college, but his intense love of magazines led him to abandon a design career in favor of founding Zoo in the late 1990s. Zoo was one of the coolest magazines around at the time. Like many great things though, the magazine was short lived and after only two years Zoo Magazine ceased publication. Benjamin claims that due to the

pressure and overwhelming high cost of printing, his original fascination with magazines eventually faded and his interests moved more toward publishing small run, limited edition books and in particular, photocopied zines.

The company that is called Nieves was officially founded in 2001 for this purpose.

When asked if there are any projects that have been his favorites, Benjamin claims there are too many to list. "It's nice and very interesting to keep working with one artist. My favorite publications are the ones with a special story behind it I think, or even the ones I didn't like in the beginning and grew on me over time." This is interesting because Nieves itself has also grown slowly over time and because their growth pattern has been slow, the company has managed to maintain credibility where many organizations in similar positions have not. This is a manner of working which is honorable to say the least. In fact, it is a philosophy that really should be followed more often. In a world that seems increasingly obsessed with garnering commercial success at the expense of quality, any company or individual who chooses to do things at their own pace, regardless of outside pressure is refreshing and should be celebrated.

Text: Aaron Rose

PARKETT

PARKETT VERLAG
Quellenstrasse 27
CH-8031 Zürich
T +41 (0)44 271 81 40
info@parkettart.com
www.parkettart.com

A SMALL MUSEUM AND A LARGE LIBRARY OF CONTEMPORARY ART
Parkett – now in its 20th year – is published in direct collaboration with important international artists, whose oeuvre is explored in several essays by leading writers and critics. Each artist also creates a special signed and numbered edition exclusive to Parkett, which may take any form, from unique works of art to prints and multiples.

Parkett has published more than 70 volumes with some hundred and fifty monographs and artists' editions making it one of the most comprehensive libraries on contemporary art worldwide, and simultaneously a pocket museum or „Musée en Appartement“. The Centre Georges Pompidou in Paris has called Parkett one of the best art publications and invited the publication to a special exhibition in Paris. Subsequently, exhibitions of Parkett's artists' editions have been held in Cologne (Ludwig Museum), Frankfurt (Portikus), Copenhagen (Louisiana Museum), Tokyo (Hillside Forum), Geneva (Centre d'Art Contemporain), London (Whitechapel Art Gallery), Zurich (Kunsthhaus) among other places.

A comprehensive catalog raisonné of all artists' editions has been published in spring 2001 on the occasion of Parkett's retrospective at the Museum of Modern Art in New York. „Parkett – 20 Years of Artists' Collaborations“, the new book

from the Kunsthhaus Zurich exhibition features unpublished artists sketches, documents, interviews, photographs and statements on the history and the making of Parkett since 1984.

The list of collaborating artists includes: Laurie Anderson, Richard Artschwager, Georg Baselitz, Matthew Barney, Louise Bourgeois, Francesco Clemente, Peter Fischli/David Weiss, Gilbert & George, Rebecca Horn, Ilya Kabakov, Jeff Koons, Brice Marden, Bruce Nauman, Meret Oppenheim, Raymond Pettibon, Sigmar Polke, Gerhard Richter, Cindy Sherman, Andy Warhol, and many more.

Parkett is published three times per year in English and German by its eponymous publishing house in Zurich with an additional editorial office in New York. With a circulation of over 11,000 copies the publication is read by some 30,000 readers in some 40 countries, one third of them in North America. Parkett is available by subscription and is on sale in more than 500 art book shops around the world. Editors are Bice Curiger (Editor-in-chief), Cay-Sophie Rabinowitz (associate editor USA) and Jacqueline Burckhardt(Editor). Publisher is Dieter von Graffenried.

REAL TIME SOCIETY

REAL TIME SOCIETY
Rolf Nungesser / Cristian Reymond
Hardturmstrasse 68
8005 Zürich
T +41 (0)43 205 25 35
info@realtimesociety.com
www.realtimesociety.com

swiss fashion labels united

Die Agentur Real Time Society und das Qualitätswarenhaus Globus fördern gemeinsam junge Schweizer Designer und präsentieren einzigartige Kombinationen von innovativer Schweizermode an Zürichs wichtigster Einkaufsmeile.

Im März 2004 gründeten Rolf Nungesser und Cristian Reymond Real Time Society; eine Agentur zur Förderung von Schweizer Modedesign. Nach jahrelanger Erfahrung in der Modeszene und ihrem Engagement für Schweizer Mode entstand 2004 die Zusammenarbeit mit Globus.

Ein in der Schweiz einzigartiges Konzept bietet Schweizer Designern ein Ort, eine Plattform, um ihre Mode einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Eine wichtige Rolle spielt dabei die Lage von Globus an der Zürcher Bahnhofstrasse.

Mittlerweile ist Real Time Society für Modedefans in der ganzen Schweiz ein Begriff geworden. Die Modekenner Cristian Reymond und Rolf Nungesser sind permanent in allen Ateliers der Schweiz auf der Suche nach spannenden Kreationen und Newcomern. Sie arbeiten mit verschiedensten Designern und begleiten diese auf ihrem Weg in den Schweizer Modeolymp.

Ihren Stammkunden präsentiert Real Time Society zweimal pro Saison eine neue und einzigartige Selektion von Schweizer Kollektionen. Gemeinsam haben diese Kollektionen von Real Time Society, dass sie innovativ und von bester Qualität sind und sowohl die Stilkundigen, wie auch die Liebhaber des Ungewöhnlichen erfreuen.

Einige Labels von Real Time Society:

Atame, Collection 66, Heinrich Brambilla, Javier Reyes, Klein Basel, Kazu Huggler, Laundryclub, Nuit Blanche, Roger Handermann, SNE, Suy Ky Lim.

SHOWCASE ist eine Kombination aus Business-Plattform und Talentförderung, welche seit 2002 jährlich in Zürich stattfindet und einen Überblick der zukunftsweisenden Fotografie aus ganz Europa zeigt. Eine Werkschau zeitgenössischer Fotografie auf höchstem ästhetischem und technischem Niveau. Von prominenten Gästen und einem Fachpublikum aus Werbung, Medien und Kunst wahrgenommen, treten Fotografen über den Kreis einiger Eingeweihten und Auftraggeber hinaus namentlich oder persönlich in Erscheinung. Die beste Fotografie der Gegenwart steht gemeinsam im Rampenlicht.

Die Erfolgsgeschichte SHOWCASE wurde vor 5 Jahren von Rea Eggli und Danielle Stutz lanciert und hat eine internationale, stetig wachsende Fangemeinde. Bei der Gründung handelte es sich um eine neuartige Fachmesse der Fotografie, welche die Bereiche Werbe-, redaktionelle- und Kunstfotografie einem entsprechenden Publikum zugänglich macht und somit auch eine wirtschaftliche Förderung und Entwicklung in diesem Bereich sicherstellt.

Bis dato gab es europaweit keine vergleichbare Plattform in diesem Bereich. SHOWCASE hat auch bereits im nahen und weiteren Ausland diverse Nachahmer, so gibt es mittlerweile ähnliche Messen in Deutschland, England, Frankreich, Schweden,

Österreich und USA. Dies zeigt das grosse Bedürfnis einer Netzwerk-Börse und Fachmesse im Bereich Fotografie und stärkt die Gründer dieser Idee, namentlich das SHOWCASE Management, zusätzliche Module wie etwa die europaweit hoch angesehene Jungfotografie-Show, welche bereits in der Messe eingebettet ist, weiter zu etablieren und entwickeln.

Die nächste SHOWCASE findet voraussichtlich im Juni 2007 statt und wird durch diverse Neuerungen weitere Akzente setzen.

SHOWCASE INTERNATIONAL

SHOWCASE INTERNATIONAL
Geroldstrasse 31/33
CH-8005 Zürich
T +41 (0)44 450 76 22
info@showcase-international.com
www.showcase-international.com

SODA

sODA
Schöneggstrasse 5
Postfach 1918
CH-8004 Zürich
T +41 (0)44 241 52 43
verlag@sODA.ch
www.sODA.ch

Als Grafikmagazin bekannt geworden, ist soDA heute eine Zeitschrift/Zeitbild für Kunst und Kultur und kreist um das Thema der Vermittlung und visuellen Übersetzung von Ideen. Grafik bildet hierzu immer noch den Ausgangs- und Brennpunkt.

soDA erscheint viermal im Jahr und ist immer einem bestimmten Thema/Projekt gewidmet. Dieses kommt in einem darauf bezogenen dramaturgischen Gestaltungskonzept und in visuellen Beiträgen genauso zum Ausdruck, wie in Texten von Autoren und Autorinnen unterschiedlicher Fachrichtungen, die das Thema in konkreten und zeitgebundenen Untersuchungen beleuchten.

Angefangen hat alles 1997 in Bern als ein Jugend- Stadtmagazin mit einer Auflage von 500 Exemplaren. Fast 10 Jahre später ist die Auflage auf rund 11'000 angewachsen und wird mittlerweile in den ganzen deutschsprachigen Raum und in die grossen Metropolen der Welt vertrieben. Vor allem dank seiner experimentellen Gestaltung wurde soDA relativ bald über die Schweizer Landesgrenzen hinaus bekannt und konnte sich im Laufe der Zeit als ein relevantes Independent/Avantgarde Magazin national und international etablieren. Nebst Auflagensteigerungen, Auszeichnungen und anderen Erfolgen ist eines aber nach wie vor unverändert; das Streben nach neuen, eigenständigen und inspirierenden Positionen, die mittels eines stetigen Wandels von Layout, Autorenschaft und Schwerpunkten immer wieder neu definiert werden.

Der von soDA gelebte Spagat zwischen Kommerz und Experiment, funktioniert bisweilen aber nur dank der unabhängigen und kleinen Verlagsstruktur im Hintergrund und der überaus grossen Leidenschaft und Selbstausschöpfung aller Beteiligten, die mit ihrem Einsatz mithelfen das Magazin von Ausgabe zu Ausgabe besser und relevanter zu machen.

Die Digital Culture Association setzt sich zum Ziel, die digitalen Kreativen des Landes zu vernetzen, den Kreativstandort zu fördern und die breite Schweizer Bevölkerung auf das Informationszeitalter vorzubereiten. Dabei ist eines gewiss: die Eidgenossen «tweaken» auf Weltniveau. Getrieben durch die grosse Dichte an Computern pro Kopf, die hochstehende Informations- und Telekommunikationsinfrastruktur sowie den attraktiven Ausbildungs- und Forschungsstandort, hat die Schweiz die historische Chance, eine globale Führungsrolle im Bereich der digitalen Kreativität einzunehmen.

Mit tweakfest 2005 wollte die Digital Culture Association den Graben zwischen Konsumenten und Entwicklern, zwischen kommerziellen und künstlerischen Anwendern digitaler Medien verkleinern. Das Experiment, unterschiedlichste Teilnehmer und Teilnehmerinnen zu vereinen, kann als geglückt betrachtet werden. Vorurteile wurden abgebaut und neue Ideen aufgrund des Zusammentreffens am tweakfest kreiert. Der auch «teaser» genannte Anlass – der als Probelauf für die folgenden Festivals dienen sollte – hat gezeigt, wie ein erfolgreicher Kreativ-Transfer erreicht werden kann. Die Leistungsschau mit über zehn Weltneuheiten digitaler Projekte und Prototypen aus den Forschungslabors demonstrierte eindrücklich das kreative Potenzial und löste Impulse bei den Besuchern und in der Medienberichterstattung aus.

tweakfest 2007 findet vom 24. – 26. Mai 2007 rund um den Turbinenplatz in Zürich West statt. tweakfest ist das einzige Festival, das Kultur, Forschung, Kommunikation und Unterhaltung verbindet. Die inhaltlichen Plattformen bestehen aus Fachkonferenz, Labs, Forschungs- und Medienkunstausstellung, sowie Performances und Networking Veranstaltungen. tweakfest und seine Veranstaltungen richten sich an ein breites Publikum verschiedenster Segemente wie: Medienkünstler, Forscher, Kreative, Unterhaltungskünstler, Multimedia Fans, Kultur- und Lifestyle-Interessierte, Party- und Fashion People sowie Manager und Journalisten.

TWEAKFEST

DIGITAL CULTURE ASSOCIATION
Technoparkstrasse 1
CH-8005 Zürich
T +41 (0)44 586 41 18
info@tweakfest.ch
www.tweakfest.ch

ZÜRICH FILM FESTIVAL

Im Fokus des Zurich Film Festival stehen junge, internationale Filmemacher. Ziel der Veranstalter ist es, das Festival als wichtiges, jährlich stattfindendes Nachwuchsfestival in Europa zu etablieren. Das vielseitige Programm zeigt die Kreativität und Leidenschaft, mit der sich junge Cineasten an die Umsetzung ihrer Träume machen. Im Mittelpunkt steht dabei der Wettbewerb, dieses Jahr mit 17 Filmen aus 12 Ländern, welcher mit einem goldenen Auge in drei Kategorien ausgezeichnet wurde: bester Debutspielfilm, bester Nachwuchspielfilm und bester Nachwuchsdokumentarfilm.

Mit täglich stattfindenden Talks will das Zurich Film Festival interessierten Zuschauern ausserdem die Möglichkeit geben, einen Blick hinter die Kulissen der Traumfabrik zu werfen.

Im Rahmen der Zurich Master Class fokussiert das Zurich Film Festival auf die Förderung des Schweizer Filmschaffens. 50 junge Schweizer Regisseure, Produzenten, Drehbuchautoren und Schauspieler erhalten die Gelegenheit sich mit Profis der internationalen Filmszene, wie dieses Jahr mit Stephen Frears, Jan Harlan, Christian Frei und Ueli Steiger zu treffen und auszutauschen sowie untereinander Kontakte zu knüpfen. Eine Plattform, die offenbar einem Bedürfnis entspricht, denn die diesjährigen Teilnehmer möchten den Kontakt miteinander behalten und sich auch in Zukunft monatlich treffen.

Organisiert wird das Zurich Film Festival von der Spoudation Motion Picture GmbH, einer Firma die zur Durchführung des Festivals im Jahr 2005 von den drei Initiatoren Karl Spoerri, Nadja Schildknecht und Antoine Monot, Jr. ins Leben gerufen wurde.

Nach einem gelungenen Auftakt im 2005 mit 8'000 Zuschauern, besuchten bereits im zweiten Jahr über 18'000 Leute das Zurich Film Festival. Das international bekannte Zürich mit seiner filmbegeisterten Bevölkerung bietet dabei die ideale Kulisse für das junge, innovative Festival.

ZÜRICH FILM FESTIVAL
Spoudation Motion Picture GmbH
Splügenstrasse 12
CH-8002 Zürich
T +41 (0)44 286 60 00
info@zurichfilmfestival.org
www.zurichfilmfestival.org

++