

# Living Culture

MEHR ALS EIN MAGAZIN

LIVING CULTURE ist frei und unabhängig  
www.living-culture.at | Ausgabe XVII / Juli - Sept. 2011 | EUR 4,50

## DIE LEGENDE LEBT

LIVING CULTURE  
trifft Bud Spencer

## KATHI WENUSCH:

Nähere Infos auf  
SEITE 26

## „BEWERBEN UND MODEL SEIN!“

THERMENKÖNIGIN  
NOVA I

LIVING CULTURAL PARTNERSHIP  
EVENT 2011 am 23. 9., ab 19.30 Uhr  
in der Therme NOVA in Köflach

## BESUCH DER ALTEN DAME

Bestsellerautorin Elfriede Vavrik (81)  
spricht mit Franzobel über  
sexuelle Höhepunkte

# LIVING BUSINESS

Hans Rinner:

„FUSSBALL  
IST EIN TEIL  
DER KUNST“

FRANK STRONACH:

„WIR SIND LIVING CULTURE“

**Kathi Wenusch:**  
„Partecipare e  
essere modella!“

L'evento **LIVING CULTURAL  
partnership** 2011 il 23. Settembre  
alle terme NOVA a Köflach

Visita dell'anziana signora  
L'autrice bestseller Elfriede Vavrik (81)  
parla con Franzobel dei suoi amanti

**Living Business**  
La cultura business di Franz Stronach  
unisce: „Noi siamo Living Culture“



*Christophe Gilbert:*  
**EINE PREMIERE  
AUF HOCHGLANZ**

Atelier Jungwirth  
präsentiert:

**CHRISTOPHE GILBERT**

**21. Juni bis 17. Sept. 2011**

Atelier Jungwirth  
Opernring 12, 8010 Graz  
+43.316.815505  
mail@atelierjungwirth.com  
www.atelierjungwirth.com

Weitere Einblicke unter:  
www.christophegilbert.com

**Öffnungszeiten:**

Dienstag bis Freitag 11 - 17 Uhr  
Samstag 11 - 16 Uhr

**D**er belgische Fotograf Christophe Gilbert (\*1962 in Brüssel) ist ein ästhetischer Perfektionist, der ein deutliches Faible für Science fiction und Pop in seinen künstlerischen wie in seinen kommerziellen Bildern auslebt. Wobei das eine vom anderen ohnehin nicht zu trennen ist: Fotografiert Christophe Gilbert Werbemotive, etwa für die Autoindustrie,

so entstehen am Ende stets optische Meisterwerke, gestochen scharf an der Grenze zwischen Realität und Fiktion. Gilbert hilft ganz bewusst dort nach, wo die Kamera samt ihrer Technik nicht hinkommt. Soll heißen: Photoshopping ist ein Tool, das er immer wieder einsetzt,

um das Auge des Betrachters in die Irre zu führen oder um neue Perspektiven zu kreieren.

Nach einer Foto-Ausbildung an der Akademie von Ixelles arbeitete er als Assistent für renommierte Werbe-Fotografen. Bald entdeckte er seine Liebe zum Auto und begann für Unternehmen wie Mercedes, Renault oder VW und für Agenturen wie Euro RSCG und Ogilvy zu arbeiten. Auch für Brands wie Ikea und Levi's entstanden ungewöhnliche, stets auf Hochglanz gestylte Werbe-sujets. Doch Christophe Gilbert kann auch anders: In seinen Porträts zeigt er Frauen in verstörender Pose, er geht kleinen menschlichen Makeln auf den Grund oder zeigt abenteuereiche verlassene Landschaften.

CCB, die belgische Vereinigung der Kreativen, zeichnete seine Arbeiten mehrmals aus, auch auf internationa-

lem Gebiet wurden ihm zahlreiche Awards zuteil. Was Gilbert allerdings

**„ICH ÜBERSETZE NUR SELTEN EIN KONZEPT GENAU SO, WIE ES ENTWORFEN WURDE. ICH WÜRDTE MIR NUTZLOS VORKOMMEN.“**

in der alltäglichen Arbeit wichtiger ist als Ruhm und Anerkennung: Die Möglichkeit, selbst ein Bild so zu konstruieren, wie es ihm richtig erscheint. Er sagt darüber: „Ich übersetze nur selten ein Konzept genau so, wie es entworfen wurde. Ich würde mir nutzlos vorkommen. Ich versuche, die grundsätzliche Idee zu erfassen, dann suche ich nach dem besten Weg, um sie zu einem optimalen Bild zu machen. Konzepte sind meine Nahrung.“

Die imposante Verbindung zwischen Werbung, Konzept und Foto-Kunst im Werk des belgischen Bildermachers läuft seit 21. Juni 2011 im Atelier Jungwirth in Graz zu sehen. Es ist dies weltweit die erste Ausstellung seiner Arbeiten. Alle ausgestellten Bilder können erworben werden.