

ARTinvestor

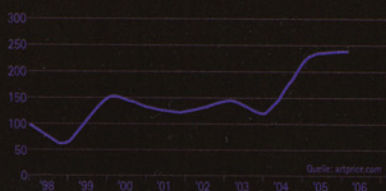
acts crossculture markets portrait focus inside service travel dates

In Kooperation mit
CAMERA WORK AG

Blitzlichtgewitter Chancen und Risiken am Fotomarkt



Marktcheck:
Cy Twombly



Crossculture

Teure Weibsbilder

Modefotografie im Markttrend

Gregory Crewdson

Unheimlich schön

Portrait eines Horrorästhetikers

ARTINVESTOR

Auf eigene Faust

Die Berliner Fotobild ist die einzige deutsche Direktmesse für Fotografen. Hier zeigen und verkaufen jährlich im November junge Fotokünstler ihre Arbeiten, ohne dabei von einer Galerie präsentiert zu werden. Eine wahre Fundgrube und ideales Jagdrevier für jene, die Unbekanntes suchen und Neues entdecken wollen.

von Ute Krepler



Die Lichtdesignerin: **Amanda Holmes**

Amanda Holmes

Die Orte kamen und gingen durch mein Leben. Mit meinen Fotografien halte ich sie in Erinnerung.“ Amanda Holmes, die 36-jährige Engländerin, geboren in Madrid und aufgewachsen in Chile, Mexiko und den USA, lebt heute in Berlin und fotografiert Gebäude und Fassaden. „Meine Bilder übermitteln die Essenz eines jeden Ortes“, so Holmes. Und zwar in ihrer Farbe und Form. Fasziniert und inspiriert von Robert Rauschenberg und dessen Art, mit Kompositionen und Strukturen zu arbeiten, spielt sie gern mit großformatigen, mehrschichtigen Lichtprojektionen wie jenem Kaleidoskop, das sie während des Luminale Festivals 2002 auf die Kaufhof-Fassade in Frankfurt projizierte. Mit der Projektion erhält die Architektur Emotion. Mit der Fotografie hält sie diese fest.

Kontakt: amanda.holmes@artinvestor.de

Ausstellungen: 12. März bis 9. Juli 2006: „Jacaranda“ (6 x 4 m) in „Portraits of Mexico City“, Queens Museum, New York

Preisspektrum: 1800 bis 4000 Euro, (90 x 120 bis 60 x 90 cm, Ed. 7)



Die Floristin: **Lisa Barber**

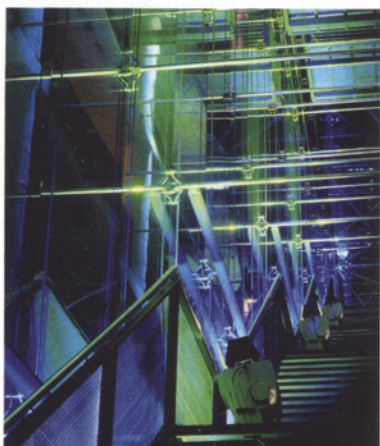
Lisa Barber

Alles kann durch Licht transformiert und deformiert werden. Die Flexibilität des Lichts gleicht der Geschmeidigkeit eines Pinsels.“ Diese wahrnehmungsverändernde Fähigkeit des Lichts, wie sie Man Ray beschreibt, spielt auch in Lisa Barbers Werkreihe „Flowerwork“ die entscheidende Rolle. In dieser Serie lebhaft bunter Fotogramme, in der die 30-jährige Australierin Blumen ohne Kamera belichtet, werden Bilder zu Unikaten, denn es gibt keine Negative. Die Werbefotografin, die seit sieben Jahren in London lebt, verleiht den Blumen – Symbol der Zerbrechlichkeit und Vergänglichkeit der Natur – ein neues abstraktes Leben. Die Blume verliert ihre Flüchtigkeit. Die natürlichen Farben erscheinen surreal und unnatürlich, weil sie in einem anderen Licht gesehen werden.

Kontakt: lisa.barber@artinvestor.de

Ausstellungen: bis 31. März, Petites Morts, The Glasshouse Gallery, London

Preisspektrum: 300 bis 1500 Pfund





Der Schauspieler: **Gregor Törzs**

Gregor Törzs

Kommt er Ihnen bekannt vor? Wenn ja, sicher nicht als Fotograf, sondern als Schauspieler, bekannt geworden 1996 mit der MTV-Werbekampagne „Heiß und fettig“. Ursprünglich jedoch hatte der Hamburger in Los Angeles das Filmhandwerk gelernt und dort hinter der Kamera erfolgreich Fuß gefasst, zum Beispiel mit dem Werbefilm einer spanischen Sekt-Marke, in dem ein Sekttropfen über einen Frauenbauch lief. „Ich bin ein Filmfanatiker“, gesteht Törzs. Er will Emotionen einfangen, Geschichten erzählen, egal ob in eineinhalb Stunden oder in einem einzigen fotografischen Augenblick. Nun startet er auch als Porträtfotograf durch – mit Aufnahmen, die am Set entstehen: flüchtige Augenblicke in den Drehpausen mit Esther Schweins, Arnold Vosloo oder Marie-Therese Relin.

Kontakt: gregor.toerzs@artinvestor.de

Preisspektrum: 500 (18 x 24 cm) bis 2350 Euro (50 x 60 cm) als Silver Gelatin Barytpapier Prints



Die Soziologin: **EJ Major**

EJ Major

Fotografie ist für Emily-Jane Major das adäquate Mittel, um Antworten auf ihre sozialwissenschaftlichen Fragen zu finden: nach Identität, Begehren und wie wir als Menschen konstruiert sind – biologisch und gesellschaftlich. In ihren Arbeiten verarbeitet die 34-jährige Londonerin kulturelle Artefakte wie Briefe, Snap-Shots oder Magazin-Artikel. Für die Arbeit „Marie Claire RIP“ nahm sie polizeiliche Verbrecherfotos als Vorlage, die über 14 Jahre aufgenommen wurden und als Anti-Drogen-Kampagne in der Zeitschrift „Marie Claire“ erschienen. Major imitierte Kleidung und Mimik und schuf zwölf Selbstporträts – doch ohne jede Referenz zum Thema Heroin. Wichtig für Major: „Die Serie soll so gelesen werden, wie es die persönlichen Erfahrungen des Betrachters vorgeben.“

Kontakt: ej.major@artinvestor.de

Preisspektrum: 500 bis 5000 Euro

