

# BRASILIA

Magazin für Gestalter, Freunde und Nachbarn





Brasilia-Redaktion (v. l. n. r.): Ansgar Klemm, Gudrun Scholz, Marina Zlacki, Alexandra Gomez Kaetz, Thimm Bubbel, Daniel Barth, Benjamin Behrendt, Jasper Eisenecker und Walter Hellmann.

	01	Editorial
	03	Inhalt
Jonas Wresch	04	Immobilis
Bernhard Garbert	12	Hier fehlt was
Anton Krüger	16	Utopia
Götz-Lothar Darsow	21	Beziehungen schaffen
Arne Svenson	25	The Neighbors
Tobias Möllering	33	Maceió
Max Friedrich	36	Schwarz
Ulli Lust	41	Der Nachbar
Martina Glomb und Marc Brandenburg	49	Ich hasse Mittelmäßigkeit
Gudrun Scholz	59	Ohne Crossover geht so etwas nicht
Friedrich Weltzien	66	Ressource Nachbarschaft
Ute Heuer	70	Ferne Nachbarn
Hans-Jörg Kapp	73	Nähe, Ferne, Fukushima
Robert Wyszka	78	Wo das Brett rollt, läuft es weiter
Ann-Christin Ludwig	83	Privatheit
Jacqueline Reich	87	Die geflickten Frauen Wagners
Volker Feyerabend	94	Objekt der Begierde
	96	Impressum

Wenn Sie wissen wollen, was Nachbarschaft und Analogie  
miteinander zu tun haben können, dann lesen Sie hier weiter.

Ohne Crossover  
geht so etwas nicht.

Über die Analogie

## 1 Intro

Crossover, Transdisziplinarität, Interdisziplinarität, hinter diesen Phänomenen steht eine Technik des Denkens und Gestaltens. Das ist die Analogie. Und die Analogie hat auch mit dem Thema dieses Heftes zu tun.

Bevor postmoderne Phänomene, wie die Transdisziplinarität oder das Crossover, auftauchen, stellt zum Beispiel *Michel Foucault* in der Philosophie drei so unterschiedliche Disziplinen, wie die Sprache/Grammatik, die Biologie und die Ökonomie, nebeneinander und stellt dabei Ähnlichkeiten in Bezug darauf auf, wie die genannten Disziplinen gedacht haben, das heißt konkret, wie sie zu bestimmten Zeiten die Sprache, die Natur und das Geld geordnet haben.

s. Michel Foucault, *Die Ordnung der Dinge*, Frankfurt 1974

Man kann dies als interdisziplinär bezeichnen. Bedeutungsvoller ist, dass *Foucault* die Analogie/das analoge Denken als wissenschaftliche Technik anwendet. Auf diese Weise ist *Foucault* in der Lage, zeitgleiche Ordnungssysteme zu beschreiben. Und er stellt überhaupt Verbindungen zwischen den genannten Disziplinen her, die traditionellerweise getrennt werden. Das analoge Denken ist in den Wissenschaften eine Gegenbewegung zur Spezialisierung, die vor hundert Jahren im Zuge der *Zweiten Industriellen Revolution* auch in den Wissenschaften einsetzt.

So entstehen etwa die Psychologie, die Soziologie und die Semiotik.

Die Analogie ist heute auch in den Wissenschaften eine überfällige Technik, die dazu eingesetzt werden kann, den Blick nicht zu verlieren und bestehende Zusammenhänge aufzudecken, die in dem heutigen Megameer spezialisierter, wissenschaftlicher Erkenntnisse dennoch liegen. Dabei versucht die Analogie, eigene, ebenfalls wahre oder wesentliche Erkenntnisse aufzustellen.

»Bis zum Ende des 16. Jahrhunderts hat die Ähnlichkeit im Denken (...) der abendländischen Kultur eine tragende Rolle gespielt.« (Foucault, *Ordnung*: 46) Und das heißt auch, nicht nur die Analogie, sondern unser Denken überhaupt ist bis zum Rationalismus untrennbar mit der Natur verbunden. Im 17. Jahrhundert verliert die Analogie dann das erste Mal in unserer Kulturgeschichte ihre gleichberechtigte Rolle, tritt ihre Bedeutung an die Abstraktion bzw. an neue abstrakte Techniken ab, wie die Formalisierung unseres Wissens, s. 1. alphabetisch geordnetes Wörterbuch von Moreri 1674 oder die Einführung der Grammatik von Port Royal.

Die Transdisziplinarität mischt dann, über die Interdisziplinarität hinausgehend, wissenschaftlichen Diskurs und Alltagsdiskurs. Ihre Basis ist ebenfalls die Analogie.

## 2 Crossover statt High und Low

Crossover ist eine weitere analoge Stufe. Es mischt High und Low nicht nur in den Wissenschaften, sondern in allen Disziplinen, also auch künstlerischen und gestalterischen. *Benetton/Olivieri Toscani* mischen schon sehr früh zwei fotografische Disziplinen, die nicht explizit als High und Low bewertet werden, deren Unterschiede, auf einer imaginären Werteskala, aber bis heute betont werden. Mitte der 1980er mischen *Benetton/Toscani* in ihren Werbekampagnen Werbefotografie und Bildjournalismus. Das ist neu.

Diese beiden Spezialdisziplinen, fotografisch wie Feuer und Wasser, werden heute immer noch feinsäuberlich getrennt, vor allem wenn der Markt beliefert werden soll.

In einigen Ländern erhalten *Benetton/Toscani* dafür Preise und Auszeichnungen, in anderen Ländern hohe Geldstrafen, weil man damit nicht umgehen kann.

Die juristische Begründung dazu: wegen unlauteren Wettbewerbs, Benetton würde den Markt verzerren. Die realistische Begründung: Die Konkurrenz hat eben nicht solche Crossover-Ideen. Es sind natürlich auch die Bildthemen ausschlaggebend für Benettons Popularität, weil sie die Medienthemen sind, Golfkrieg, Aids etc. Dennoch ist schon das Crossover brisant.

In diese Reihe gehört, die gleiche Zeit, *Freddie Mercury*. Er ist erste, der in der Pop Musik High (*Montserrat Caballé*) und Pop miteinander verbindet (Barcelona, 1988). *Luciano Pavarotti* hat die beiden zunächst nicht ernst genommen, ist ihnen dann aber ebenfalls gefolgt. Auch *Christoph Schlingensiefel* erreicht seine als grenzwertig empfundenen Inszenierungen durch Crossover, indem er Schauspieler und Betroffene, zum Beispiel Arbeitslose, engagiert oder etwa an der *Volksbühne Berlin* in seinem Stück »Kunst und Gemüse« eine ALS-Patientin mit auf die (erweiterte) Bühne holt, die an dem Tag, an dem ich die Aufführung sah, auch noch Geburtstag hatte und wir Zuschauer

alle Happy Birthday für sie sangen. Ohne Crossover geht so etwas nicht.

Crossover, heute installiert, profitiert von akzeptierten Kreuzungen verschiedener Genres in der Gestaltung, verschiedener Wirklichkeitsebenen in Literatur und Film und kreiert so neue Produkte und Konzepte. Das Wichtigste von Crossover ist, die Grenzen und Bewertungen von High und Low endgültig aufzuheben, sie stattdessen analog zu verbinden.

Hier treffen sich High und Low im Produktdesign, der wohl bekannteste Gartenstuhl (anonym, verm.) und neben dem *Ulmer Hocker* der genauso berühmte Hocker von *Sori Yanagi* (japanischer Designer). Außerdem treffen sich zwei High- und Low-Materialien (Holz und Kunststoff, das macht auf seine Weise auch schon *Charles Eames*). Und es treffen sich zwei Zeiten, die kulturell ziemlich weit auseinanderliegen, die 1950er und 1990er (verm.). Bemerkenswert ist nicht nur die Aufhebung von High und Low, sondern, wie sie kombiniert werden. *Martino Gamper* ist Designer, allerdings versteht er sich weder als Formgestalter, noch als Problemlöser oder Dienstleister. Sondern seine eigene, poststrukturelle Berufsbezeichnung lautet *Sampler*.

Im Vergleich zum Recycler, der Objekte neu verwendet, die aussortiert werden, nimmt der Sampler Objekte, die in der Designgeschichte erfolgreich sind.

## 3 Die Analogie sucht und findet (räumliche) Nachbarschaften

Es geht in diesem Text auch darum, sich der Analogie außerhalb von Crossover zu nähern und dazu einige Merkmale, Fähigkeiten, Tätigkeiten der Analogie vorzustellen. Die Analogie gehört zu einem Repertoire von kreativen Techniken des Denkens und Gestaltens, mit denen ich mich seit langem beschäftige. Sie werden in der Gestaltung, Kunst, den Wissenschaften und im (täglichen) Leben ohne Unterschied angewendet. Deswegen der Titel *Techniken des Denkens und Gestaltens*. Hier geht es vor allem um Gestaltung.

Um sich als Autor aufzupeppen, kann man diese Techniken auch als Strategien bezeichnen. Man könnte sie auch als Methoden bezeichnen. Alle drei sind nur emotional (konnotativ) verschieden.

Und es geht um das Thema Nachbarschaft. Die Analogie ist die Technik, die Nachbarschaften herstellt oder über Nachbarschaften Ähnlichkeiten sucht (und findet). Die Ähnlichkeit ist häufigste Wort (und die Übersetzung) für die Analogie.

Die Analogie sucht zum Beispiel eine Nachbarschaft zwischen zwei Elementen. Oder, das ist *Michel Foucault*, sie stellt ein Gelenk zwischen zwei Elementen her, die erst einmal nicht zusammengehören. Foucault beschreibt das Gelenk als die elementare Eigenschaft der Analogie.

Die Analogie kann ihre Gelenke im Raum oder auch in der Zeit herstellen. Das heißt, die Analogie springt nicht nur im Raum. Sondern sie springt auch in der Zeit, kann auch verschiedene Zeiten miteinander verbinden, wie bei *Gamper* (1. Bild). Wir nennen das in der Gestaltung auch Stilmix oder Historisches Zitat. Die Legitimation dafür ist die Analogie. Dies ist eine Analogie im Raum (1. Bild).

zum Historischen Zitat s. später

Die Analogie sucht und findet Nachbarschaften auch im Raum und nutzt sie, wenn sich der Gestalter darauf einlassen kann. Es ist die Analogie, die das kreative Potenzial zur Verfügung stellt, das der Gestalter allerdings erkennen und nutzen können muss.

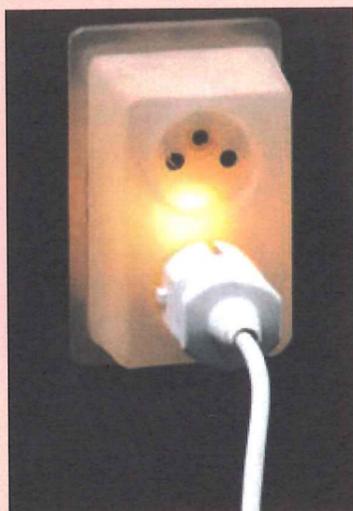
*Paul Hessels (Droog Design)* verbindet in den 1990ern die beiden Produkte Steckdose und Leuchtmittel miteinander (2. Bild). Beide Produkte liegen im Alltag zwar unmittelbar nebeneinander, sind aber (im Kopf) separat gesehen und produziert worden. Dass dieses Produkt erfolgreich wird, zeigen auch seine vielen No-Names (Kopien).

## 4 Die Analogie produziert Nachbarschaften vor allem im Kopf

Die Analogie nutzt in dieser Eigenschaft natürlich nicht nur den konkreten Raum, sondern sie sucht Nachbarschaften vor allem im Kopf. Und je weiter sie im Kopf voneinander entfernt sind, desto besser (dies formulieren auch verschiedene Kreativitätstheorien). Sie können dabei auch im Raum



1



2



3



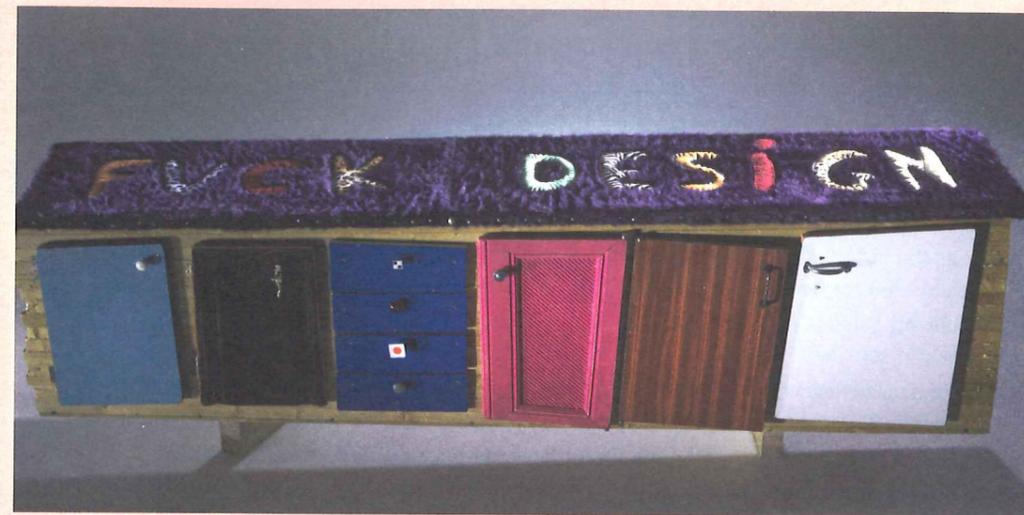
4

1: Martino Gamper, Stuhl, collagiert aus: Sori Yanagi, Hocker »Butterfly« 1956 (Fuß und Sitzfläche) und anonym (?), Gartenstuhl, Plastik, 1990er (?) (Rückenlehne). Aus seinem Projekt »100 Chairs in 100 Days«, das erste Mal in London 2007 ausgestellt.

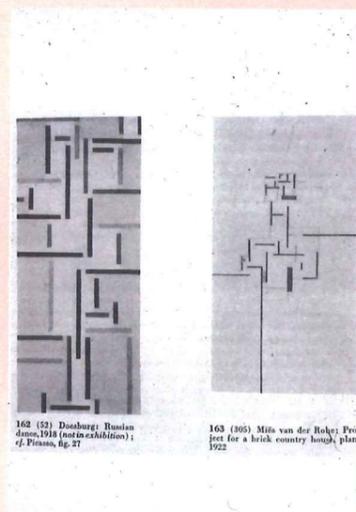
2: Paul Hessels (Droog Design), Steckdose und Leuchtmittel »Sockel light« 1995. Sandgestrahltes Glas. Prototyp.

3: Deutsche Printwerbung für die Stadt Frankfurt, zum Thema 500 Jahre Frankfurt. Agentur: DMB & B, Frankfurt 1995.

4: Anlässlich von Christos Reichstagsverhüllung in Berlin 1995.



5



6



7

5: Radjar Coll-Part, Buffet, aus der Reihe der Marke »Fuckdesign« 2010.

6: Mies van der Rohe, Entwurf für eine Backsteinvilla (rechts) 1922. Theo van Doesburg, Ölbild »Rhythmus eines russischen Tanzes« (links) 1918.

7: Christian Louboutin, Damenpumps. Foto: 2013.

nahe beieinander liegen, wie bei der Steckdose/Wandleuchte (2. Bild).

Das Konzept dieser deutschen Imagekampagne für Frankfurt basiert, sehr augenscheinlich, auf der Analogie (3. Bild). Die Kampagne macht ebenfalls sofort klar, dass die Analogie in der Gestaltung ein Potential an Humor hat, das genutzt werden kann (s. auch Bild 1, 4, 5). Der Humor liegt hier konkret in der Länge des Gelenks vom Main zum banalen Frankfurter Würstchen, das genauso die Stadt und ihre Geschichte vertritt, nur in einer anderen Kategorie, eben Low. Der Humor liegt natürlich auch darin, dass nicht der Main, sondern die Würstchen auf der rationalen Bildseite stehen, aufgewertet sind. Und der Humor liegt schließlich darin, daß sich das Würstchen dem ehrwürdigen Motiv anpasst.

Humor auch hier und Sympathie und Mut. Anlässlich der vierzehntägigen Reichstagsverhüllung von *Christo* 1995 in Berlin gab es einige Aktionen von Berliner Bürgern, die möglicherweise nicht so viel mit Kunst zu tun haben, aber bei *Christo* eigene Kommentare versuchen (4. Bild). Hier verschnürt eine Berliner Bürgerin, etwas unorthodoxer als *Christo*, weil es hier nicht auf Statik ankommt, auch nicht auf Schönheit, ihren Regenmantel mit einem Bindfaden. Dennoch ein schönes Bekenntnis zur Kunst.

Auch diese Analogie ist naheliegend, alle Teile stammen aus der Küche (5. Bild). Dennoch die Nachbarschaft muss erst einmal im Kopf hergestellt (und später ausgehalten) werden. Der französische Designer *Radjar Coll-Part* entwirft seit 20 Jahren Designunikate, massenuntauglich schon wegen seines intensiven Trashstils.

*Coll-Part* bezeichnet sich selbst als Kunstdolmetscher, »der manchmal als ›Künstler‹ bezeichnet wird«. Und: »Ihr Ausdruck ›Trashstil‹ entspricht nicht meiner Interpretation. Wenn Sie wollen, können Sie das ›Guter-Geschmack-Stil‹ nennen, weil alle Elemente, die meine Objekte konstituieren, einmal Warengüter des guten Geschmacks` waren.« (Radjar Coll-Part, E-Mail 11.7.13)

*Coll-Part* klassifiziert seine Objekte als *Fuckdesign* (eine Marke, die er von 2009 - 2012 schützen lässt). Seine Marke steht explizit konträr zum Marketingdesign, das unsere Märkte überschwemmt. Also kein *Upcycling*, sondern ein *Downcycling*. Inspirierend dennoch und ebenfalls humorvoll. Die Analogie (der Türen) hilft ihm dabei.

## 5 Wenn Architektur, Design und Kunst sich treffen

Wenn Architektur, Design und Kunst sich treffen, ist die Analogie im Spiel (oder genauer das Historische Zitat) (6. Bild). Eine solche analoge Grenzüberschreitung in den 1920ern ist schon bemerkenswert. »Es ist viel über die angebliche Verwandtschaft mit *Theo van Doesburgs* Bild ›Rhythmus eines russischen Tanzes‹, das um 1918 entstand, gesagt worden.«

Franz Schulze, *Mies van der Rohe. Leben und Werk. Amerikanische Originalausgabe 1986. Deutsche Ausgabe Ernst & Sohn, Berlin: 119.*

Beide, *Doesburgs* Bild und der Grundriss der Backstein-Villa von *Mies van der Rohe* (1922) weisen eine frappante Ähnlichkeit auf, zumal sie beide von derselben Vorstellung des offenen Raums ausgehen.

Gesichert sind in der Moderne Historische Zitate zum Beispiel bei Coco Chanel, die, nicht in ihrem Modedesign, aber in ihren Schmuckentwürfen Gemälde aus der Kunstgeschichte als Vorlagen nimmt (1930er).

Explizite Analogien/Historische Zitate kennzeichnen dann vor allem die Postmoderne. Sehr früh bringt *Yves Saint-Laurent* sein *Mondrian*-Kleid heraus (Winter 1965/66). In den 1990er folgen *Jean Paul Gaultier* oder *Vivienne Westwood*. Sie zitiert Details von *Francois Boucher* und dann von *Frans Hals* auf Korsagen. Oder *Philippe Starck* nimmt die größte Skulptur von *Constantin Brancusi* (»Vogel im Raum« 1923) und macht daraus eine analoge Zahnbürste – genauer der Griff einer Zahnbürste (1989). In den Printmedien wird dies in der Entstehungszeit äußerst kontrovers diskutiert, obwohl solche Analogien zum kreativen Potenzial der Gestalter gehören. *Starck* bekennt sich sehr wohl dazu.

Hier endet der direkte Vergleich mit dem Thema dieses Heftes, aber nicht die Analogie. Doch auch die folgenden beiden Merkmale können für die Nachbarschaft ihre Rolle spielen.

## 6 Die Analogie und der Zufall

Ein weiteres Merkmal der Analogie neben dem *Foucaultschen Gelenk* (im Raum und in der Zeit) ist der Zufall. Beim Zufall gilt, wie beim Gelenk, der Künstler, auch der Wissenschaftler muss ihn erkennen und nutzen können. *Max Ernst* spricht, um die Seite des Künstlers oder Gestalters zu betonen, dabei davon, sich den Zufall herbeizuzwingen (und formuliert damit die von ihm so bezeichnete Genialität).

Viele Erfindungen entstehen, auch in den Wissenschaften, nachweisbar durch Zufälle. Ein populäres Beispiel ist die Anti-Babypille, die zunächst für das Gegenteil, die Erhöhung der weiblichen Fruchtbarkeit, erforscht worden ist. Oder der Kugelschreiber (genauer das technische Prinzip des Kugelschreibers) geht in der Technikgeschichte auf einen Zufall zurück, ob Legende oder nicht.

Der deutsche Erfinder Theo Nagel lebt in den 1920ern mit seinen Eltern in Lüdenscheid. Bei der Säuberung des Wohnhauses, konkret beim Verschieben des Pianos, hinterlassen die rollenden Pianofüße Spuren auf dem Holzfußboden. Dieser Zufall bringt Nagel dazu, die rollenden Kugeln der Pianofüße und das technische Problem des Kugelschreibers zu verknüpfen.

Auch die rote Schuhsohle geht auf einen Zufall zurück, möglicherweise ist auch er kolportiert (7. Bild). Doch entscheidend ist die Fähigkeit der Analogie. Der französische Schuhdesigner *Christian Louboutin* ist auf der Suche nach einem Alleinstellungsmerkmal für seine High Heels. Es heißt, seine Assistentin habe sich in seinem Studio ihre Fingernägel rot lackiert. Damit war die erste Hälfte der Idee geboren, es brauchte nur noch die zweite Hälfte, die Verknüpfung mit der Schuhsohle. Diese Analogie sichert ihm für die Zukunft höchste Prosperität.

## 7 Die Analogie ist heterarchisch

Wenn man Nachbarschaften nutzen will, braucht man auch diese Eigenschaft der Analogie. Es ist ihr anarchisches Wesen. Anarchistisch heißt, die Analogie nimmt alles als gleich wichtig. Die Heterarchie der Analogie ist wenig bekannt, kaum einer kennt das Wort. Sein Gegensatz dafür umso mehr, die Hierarchie. Sie entsteht durch eine andere Technik, die Abstraktion. Sie ist nicht nur für Verallgemeinerungen zuständig. Sondern sie bewertet damit implizit (ist wichtiger, besser, schneller, grösser als oder ist das Wichtigste, das Beste, das Schnellste, das Größte).

Die Analogie dagegen produziert keine Hierarchien, die in unserer heutigen Rankingkultur immer wichtiger werden und auch vor Hochschulen nicht halt machen. Als Trost verspricht man flachere Hierarchien, doch das sind keine Analogien. Die Analogie bewertet nicht, weder explizit noch implizit. So gibt es für sie auch kein High und Low. Das macht sie so sympathisch bei Kreativen.

Der Vorteil für die Wissenschaften steht am Anfang des Textes.

GUDRUN SCHOLZ, Dr. phil. (Kunstwissenschaften), Professorin für Designtheorie u.a. an der UdK Berlin, an den Hochschulen Bielefeld und Hamburg und seit 1999 an der Hochschule Hannover.

Herausgeber:  
Hochschule Hannover  
Fakultät III – Medien, Information und Design  
Abteilung Design und Medien  
Expo Plaza 2  
30539 Hannover

Kontakt:  
Alexandra Gomez Kaetz  
Telefon: +49 (0)511-9296-2464  
E-Mail: [redaktion@brasiliamagazin.de](mailto:redaktion@brasiliamagazin.de)

Redaktion & Konzept:  
Daniel Barth, Benjamin Behrendt,  
Thimm Bubbel, Jasper Eisenecker,  
Alexandra Gomez Kaetz, Prof. Walter  
Hellmann, Ansgar Klemm, Prof. Dr.  
Gudrun Scholz

V.i.S.d.P.:  
Prof. Walter Hellmann

Gestaltung:  
Daniel Barth, Benjamin Behrendt,  
Thimm Bubbel, Jasper Eisenecker,  
Ansgar Klemm

Schlussredaktion:  
Alexandra Gomez Kaetz, Marina Zlacki

Vertrieb:  
Marina Zlacki

Autoren:  
Prof. Volker Feyerabend, Max Friedrich,  
Dr. Götz-Lothar Darsow, Prof. Bernhard  
Garbert, Prof. Ute Heuer, Prof. Hans-  
Jörg Kapp, Ann-Christin Ludwig, Prof.  
Ulli Lust, Tobias Möllering, Jacqueline  
Reich, Prof. Dr. Gudrun Scholz, Prof.  
Dr. Friedrich Weltzien, Jonas Wresch,  
Robert Wyszka

**HOCHSCHULE  
HANNOVER**  
UNIVERSITY OF  
APPLIED SCIENCES  
AND ARTS  
–  
Fakultät III  
Medien, Information  
und Design

Druck:  
gutenberg beuys feindruckerei, Hannover

Papier:  
Igepa group GmbH & Co. KG, Hannover

Schriften:  
Monotype Grotesque  
[www.linotype.com](http://www.linotype.com) Monotype GmbH

Trio Grotesk  
[www.schick-toikka.com](http://www.schick-toikka.com)

Times Ten  
[www.linotype.com](http://www.linotype.com)

Erscheinungsweise:  
Brasilia erscheint halbjährlich

Auflage:  
1.000 Exemplare

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes bedarf der Zustimmung der Redaktion. Jegliche Form der Vervielfältigung darf nur nach vorhergehender Genehmigung der Hochschule Hannover erfolgen. Die abgedruckten Bilder entsprechen der Bildauswahl der Redaktionsleitung. Die Texte wurden redaktionell überarbeitet. Wir übernehmen keinerlei Gewähr für die Aktualität, Korrektheit, Vollständigkeit oder Qualität der uns bereitgestellten Informationen.

Copyright © 2014 Hochschule Hannover  
Alle Rechte vorbehalten.

Ein herzliches Obrigado!

Die Redaktion dankt Florian Schick für die zur Verfügung gestellte Schrift »Trio Grotesk«. Maik Sperling und Maximilian Baule für das brasilianische Teaser-Video. Norbert Müller für ein sexy Redaktionsfoto. Danke an Jessica Michalski, die uns bei der schneien Webseite unterstützt hat. Der Druckerei gutenberg beuys für die angenehme Zusammenarbeit. Vor allem aber danken wir allen Textern, Illustratoren und Fotografen – ohne euch wäre BRASILIA nur ein Heft mit weißen Seiten. Wir danken auch allen, deren Texte und Bilder es aus Platzgründen leider nicht mehr ins Magazin geschafft haben. Ein besonderer Dank geht an die Hochschule Hannover, die mit Räumen und Arbeitsmitteln dieses Magazin erst ermöglicht hat.

Quellenverzeichnis/Bildnachweis:

Titelbild: Arne Svenson. Reproduced with permission by Julie Saul Gallery in New York City, USA

Umschlag: Foto: Ana Lee Smith. Reproduced with permission by Ana Lee Smith. Text: Frauke Niemeyer, erschienen in DIE ZEIT, 04.04.2007 Nr. 15

Seite 2: Norbert Müller

Seite 4-11: Jonas Wresch

Seite 12-15: Daniel Barth

Seite 16-20: Illustration © Anton Krüger, Fotos: Kevin Doden

Seite 23: Abb. mit freundlicher Genehmigung der Kurt und Ernst Schwitters Stiftung

Seite 25-31: Arne Svenson. Reproduced with permission by Julie Saul Gallery in New York City, USA

Seite 33-35: Tobias Möllering

Seite 36-39: Max Friedrich, <https://vimeo.com/45499890>

Seite 40: Max Friedrich, <https://vimeo.com/49403342>

Seite 42-48: Illustrationen © Prof. Ulli Lust

Seite 49,53,55: Abb. mit freundlicher Genehmigung von Prof. Martina Glomb

Seite 50,57: David Carreño Hansen

Seite 62-63:

1. Martino Gamper. In: Martino Gamper, 100 Chairs in 100 Days and its 100 New Ways, 3. Auflage 2012 (Dent-De-Leone). Reproduced with permission

2. Paul Hessels (Droog Design). In: Renny Ramakers und Gijs Bakker (Hg), Droog Design. Spirit of the Nineties, Rotterdam 1998. Reproduced with permission

3. Imagewerbung 500 Jahre Frankfurt. Agentur: DMB & B, Frankfurt. Wir haben nachweislich alle Anstrengungen wegen dieses Bildrechts unternommen: Die Agentur ist seit 1995 verkauft, und die Nachfolgerin (Ignition Groupe GmbH) konnte uns dazu keine Auskunft mehr geben.

4. Anlässlich von Christos Reichstagsverhüllung.  
Foto: Prof. Dr. Gudrun Scholz 1995

5. Radjar Coll-Part. Reproduced with permission, email von Radjar Coll-Part, 10.7.2013.

6. Mies van der Rohe. In: Franz Schulze, Mies van der Rohe. Leben und Werk. Amerikanische Originalausgabe 1986. Copyright: Wilhelm Ernst & Sohn Verlag für Architektur und technische Wissenschaften GmbH & Co. KG. Reproduced with permission.

7. Christian Louboutin. Foto: Martin Smolka 2013

Seite 66-69: Illustrationen © Maria Silles

Seite 70: Prof. Ute Heuer

Seite 75-76: Takahiro Iwasaki; Out of Disorder, Pencil Lead, Images by TAPE: [www.WeAreTape.com](http://www.WeAreTape.com), courtesy of Cornerhouse, Manchester, UK.

Seite 78-82: Gautham Nalasinghu

Seite 83: Ann-Christin Ludwig

Seite 87-93: Jakob Schnetz

Seite 94-95: Illustration © Prof. Volker Feyerabend

# Thema der zweiten Ausgabe: Ideale und Zweifel

[redaktion@brasiliamagazin.de](mailto:redaktion@brasiliamagazin.de)