

Veranstaltungen / Manifestations

Do je	18 05 2006	NOCTURNE & Künstlerbegegnungen / rencontre avec les artistes
bis 22h		Abendöffnung / ouverture nocturne: Heute bleibt die Ausstellung durchgehend bis 22h geöffnet / L'exposition est ouverte jusqu'à 22h
18h15- 19h45		Drei Künstler und Künstlergruppen stellen ihre künstlerische Arbeit, ihre Brands (Marken) und ihre Strategien vor / Trois artistes et groupes d'artistes présentent leur travail artistique, leur marque et leur stratégie: PROTOPLAST: «Protoplast spricht». etoy.CORPORATION: «Geschichte, Impact und Marktwert des etoy.BRANDS» mit etoy.HAEFLIGER (Investor Relations, Forscher STRATEGIC MANAGEMENT AND INNOVATION ETH Zuerich) und etoy.ZAI (CEO, Professor & Head of Unit MEDIA & INTERACTION DESIGN ECAL Lausanne). Thomas Baumgärtel (alias Bananensprayer / le sprayeur de bananes): «Bildvortrag». Eine Veranstaltung in Zusammenarbeit mit der Wirtschaftskammer Biel-Seeland WIBS und der Schule für Gestaltung Bern Biel B:B / Un événement en collaboration avec la Chambre Economique de Bienne-Seeland CEBS et l'Ecole d'Arts Visuels Berne Bienne B:B
So di	21 05 2006	Internationaler Museumstag: «Museen und Junges Publikum» mit Workshop für Kinder / Journée internationale des musées : « les musées et le jeune public » avec atelier pour enfants
11h-18h		Das CentrePasquArt begrüsst das junge Publikum. Spezial-Workshop für Kinder und Familien im Atelier. Motto: Erfinde Deine eigene Marke! / Le CentrePasquArt accueille le jeune public avec un atelier spécial pour les enfants et les familles. Thème : Viens créer ta propre marque ! (Kontakt und Anmeldung siehe Kunstvermittlung / contact et inscription cf. médiation culturelle)
17 04-28 05 2006		Aktionswochen für Schulklassen / semaines promotionnelles pour les écoles Kostenlose Workshops für Schulen. Den Schulklassen stehen im Rahmen der Ausstellung «Branding» drei verschiedene Ateliers zur Auswahl (siehe detailliertes Programm der Kunstvermittlung). / Ateliers gratuits pour les écoles. Les classes ont le choix entre trois ateliers dans le cadre de l'exposition BRANDING (cf. le programme détaillé de la médiation culturelle). (Kontakt und Anmeldung siehe Kunstvermittlung / contact et inscription cf. médiation culturelle)
03 04 – 28 05 2006		Führungen für Gruppen und Firmen / visites guidées pour les entreprises et les groupes Auf Anfrage werden für Firmen und Gruppen (ab 10 Personen) Führungen durch die Ausstellung und zum Thema durchgeführt (auch abends und ausserhalb Öffnungszeiten möglich). / Sur demande, des visites commentées de l'exposition sont proposées aux entreprises et aux groupes dès 10 personnes (également possible le soir et en dehors des heures d'ouverture). (Kontakt und Anmeldung siehe Kunstvermittlung / contact et inscription cf. médiation culturelle)

Schule für Gestaltung Bern Biel **B:B** im Videoforum CentrePasquArt
Die Schule für Gestaltung Bern Biel **B:B** präsentiert im Videoforum zwei aktuelle Semesterarbeiten zum Thema «Branding», des Vorbereitungskurses für die höhere Fachprüfung zum Eidg. dipl. Graphic-Designer.

L'Ecole d'Arts Visuels Berne Bienne **B:B** au Videoforum CentrePasquArt
L'Ecole d'Arts Visuels Berne Bienne **B:B** présente au Videoforum deux travaux consacrés au thème du « Branding », réalisés cette année par le cours préparatoire pour la maîtrise fédérale des Graphistes diplômé-es.

Die Mobiliar, Kunstsammlung / La Mobilière, Collection
Parallelausstellung bis 6. Mai 2006: Die Mobiliar zeigt zum Thema «Branding – Marken, Zeichen, Labels» an ihrem Hauptsitz (Bundesgasse 35) in Bern Werke aus ihrer Sammlung (jeweils Mo-Fr von 8h-18h) / Exposition en parallèle jusqu'au 6 mai 2006 : La Mobilière présente une exposition sur le thème « Branding – Marques, Signes, Labels » avec les œuvres de sa collection dans son siège principal à Berne (Bundesgasse 35), ouverte du lundi au vendredi de 8h à 18h.

Kunstvermittlung / Médiation culturelle

Kontakt / contact
Informationen, Anmeldung für Führungen und detailliertes Programm zu den Aktionswochen / Informations, inscriptions à la médiation culturelle et programme détaillé des semaines promotionnelles:
T +41 32 322 24 64
e-mail dt: kunstvermittlung-biel@bluewin.ch /
e-mail fr: mediation-culturelle-bienne@bluewin.ch

CentrePasquArt Kunsthaus Centre d'art Seevorstadt 71-75 faubourg du Lac CH 2502 Biel Bienne
Administration: T +41 32 322 55 86 F +41 32 322 61 81 www.pasquart.ch info@pasquart.ch

Öffnungszeiten / heures d'ouverture
Mi–Fr / me–ve 14h–18h
Sa–So / sa–di 11h–18h
Mo–Di geschlossen / lu–ma fermé

Bus 11 ab Bahnhof depuis la gare
Parkplätze in der blauen Zone Parking dans les zones bleues / Parking « Museen/musées »

Das CentrePasquArt wird unterstützt von der Stadt Biel, dem Kanton Bern und der Regionalen Kulturkonferenz Biel /
Le CentrePasquArt est soutenu par la ville de Bienne, le canton de Berne et la Conférence culturelle régionale Bienne



CentrePasquArt Branding Das Kunstwerk zwischen Authentizität und Aura, Kritik und Kalkül / L'œuvre d'art entre authenticité et prestige, critique et spéculation **02 04–28 05 2006**

Sam Abell (USA) • Francis Baudevin (CH) • Thomas Baumgärtel (DE) • Otto Berchem (NL) • Daniele Buetti (CH) • Barbara Bunker (CH) • f & d cartier (CH) • COM&COM (CH) • herman de vries (NL/DE) • Philippe Decrauzat (CH) • Stéphane Ducret (CH) • etoy (CH) • Sylvie Fleury (CH) • Nic Hess (CH) • Jenny Holzer (USA) • Ingold Airlines (CH/DE) • San Keller (CH) • Alexander Kosolapov (RUS/USA) • Bernhard Luginbühl (CH) • Urs Lüthi (CH/DE) • Barbarella Maier (CH) • Burton Morris (USA) • Olivier Mosset (CH/USA) • PROTOPLAST (CH) • Albrecht Schnider (CH/DE) • Ben Vautier (CH/FR) • Lawrence Weiner (USA) • Rémy Zaugg (CH)

Unter dem Titel **BRANDING** wird in der diesjährigen thematischen Ausstellung des CentrePasquArt erneut ein gesellschaftlich und wirtschaftlich aktuelles Thema aufgegriffen und anhand von verschiedenen Positionen in der zeitgenössischen Kunst beleuchtet.

Der ursprünglich für das Brandmarken von Rindern verwendete Begriff ‚Branding‘ gewann in den letzten zehn Jahren in der Wirtschaft eine neue Bedeutung. Mit verschiedenen Elementen der Kommunikation werden immer wieder neue ‚Brands‘ (Marken) geschaffen und mit der Methode der Wiederholung im Gedächtnis der Gesellschaft gefestigt. So werden wir täglich von Zeichen, Logos, Labels und Werbesprüchen überflutet und unfreiwillig über die Marken geschult. Neue Bedürfnisse werden erzeugt. Wer erkennt nicht das Logo von NIKE, das M von Migros oder Werbesprüche wie ‚Connecting People‘ (Nokia) und ‚Haribo macht Kinder froh‘? Oder wer denkt bei der Farbe Orange nicht an die Telekommunikationsfirma? Der Wert der Marken ist gar ausschlaggebend für den Marktwert der Firmen, die dahinter stehen. Wichtiges Kriterium für die Brands ist ihre Wiedererkennbarkeit.

Auch Kunstschaffende haben ihre eigene unverwechselbare ‚Marke‘ zu schaffen. Auch ihre Kunstwerke leben vom Markt und der Wechselbeziehung zum Publikum, wobei sie im Spannungsverhältnis zwischen Authentizität und Aura, Kritik und Kalkül bestehen müssen. In der Ausstellung wird der Frage nachgegangen, inwiefern Elemente des ‚Branding‘ bewusster oder unbewusster Bestandteil künstlerischen Schaffens sind. Zum einen unterwandern Künstler und Künstlerinnen die Mode- und Businesswelt, eignen sich bestehende Methoden oder Labels zu verschiedenen Zwecken an oder kreieren gar eigene Produkte. Zum anderen zeichnen sich Werke von Kunstschaffenden allein durch ihre unverwechselbare Bildsprache (Farbe, Form, Schrift, Material) oder Handschrift aus: ‚Branding‘, seit langer Zeit selbstverständlicher Bestandteil eines ‚guten‘ Kunstwerkes?

Anlässlich der Ausstellung erscheint im Verlag für Moderne Kunst Nürnberg und edition clandestin Biel eine reich bebilderte Publikation (dt./fr.) mit Textbeiträgen von Jörg Becher, Marianne Burki, Dolores Denaro, Liselotte Wirth Schnöller u.a.

BRANDING ist eine Ausstellung in Zusammenarbeit mit der Mobiliar und mit der freundlichen Unterstützung von / Une exposition en collaboration avec La Mobilière et le généreux soutien de:

Intitulée **BRANDING**, l’exposition thématique de cette année au CentrePasquArt présente un sujet de grande actualité dans le monde économique, en mettant en lumière les différentes manières dont l’art contemporain se positionne face à cette question.

Si à l’origine le branding fait référence au marquage au fer rouge des animaux d’un troupeau, le terme s’est enrichi de nouvelles significations au cours de ces dix dernières années. De nouvelles marques apparaissent sur le marché à travers des modes de communication divers et, par l’effet de répétition, s’inscrivent dans la mémoire du public. Nous sommes ainsi quotidiennement assaillis de signes, de logos, de labels, de slogans publicitaires et nourris, malgré nous, de toutes ces marques. De nouveaux besoins sont continuellement imaginés. Qui ne reconnaît pas le logo de Nike, le M de la Migros ou le slogan « Connecting People » de Nokia ? qui ne pense pas à une entreprise de télécommunication en voyant la couleur Orange ? La qualité de la marque est déterminante pour la valeur marchande de l’entreprise qui la lance. Un des critères essentiels d’une marque est donc sa reconnaissance immédiate. Les artistes sont également les créateurs de leur propre « marque ». Leurs œuvres font également partie d’un marché, entrent en relation avec un public et oscillent dès lors à la limite entre authenticité et prestige, critique et spéculation. La présente exposition montre jusqu’à quel point le branding est, de manière consciente ou non, un élément constitutif de la création artistique. D’une part les artistes s’immiscent dans le monde de la mode ou des affaires, s’approprient leurs méthodes ainsi que leurs labels ou créent leurs propres produits. D’autre part, la création d’un artiste s’exprime à travers un langage visuel qui le caractérise (couleur, forme, écriture, matériau) : le branding n’est-il donc pas depuis longtemps l’élément déterminant d’une « bonne » œuvre d’art ?

Dans le cadre de l’exposition, une publication (dt./fr.) richement illustrée, avec des textes de Jörg Becher, Marianne Burki, Dolores Denaro, Liselotte Wirth Schnöller, paraît aux éditions Verlag für Moderne Kunst Nürnberg et edition clandestin, Bienne.

Sie und Ihre Freunde sind herzlich eingeladen zur **Eröffnung der Ausstellung**

am **Samstag / Vous êtes cordialement invités au vernissage** de l’exposition le **samedi 01 04 2006** um / à **17h**

17h00

Einführung / Allocution:
Dolores Denaro, Direktorin / directrice CentrePasquArt
17h00

Musikalischer Auftakt / Prélude musical:
STIMMHORN mit /avec Balthasar Streiff (Alphorn, Tuben, Trompetten, Büchel / cor des Alpes, tuba, trompette, Büchel) et Christian Zehnder (Obertongesang / chant diphonique)
17h30

anschliessend Besichtigung der Ausstellung / suivis de l’ouverture de l’exposition

Apéro mit «yodeli»-Keksen, offeriert von / 
Apéro avec biscuits «yodeli» fabriqués et offerts par

17h30

Essensmöglichkeit vor Ort / Restauration possible sur place
ab / dès 19h

19h00


19h30

20h00

20h30

Eine Ausstellung in Zusammenarbeit mit der Mobiliar und mit der freundlichen Unterstützung von / Une exposition en collaboration avec La Mobilière et le généreux soutien de:

Jubiläumsstiftung der Schweizerischen Mobiliar Genossenschaft

PRO HELVETIA

Schweizer Kulturstiftung

W. Gassmann AG
Biel Bienne

Veranstaltungen / Manifestations

Sa sa 29 04 2006 Performance San Keller Stammtisch / la table ronde de San Keller
14h-18h

So di 30 04 2006 SONNTAGS-MATINEE

10h30 **Präsentation neuer Bücher / Présentation de nouvelles publications:**
Art & Branding – Principles – interaction – perspectives:
Kornelia Imesch, Leiterin Wissenschaftsforum SIK Zürich, stellt die neue Publikation des Schweizerischen Instituts für Kunstwissenschaft Zürich vor. / Kornelia Imesch, responsable du Forum scientifique de l’ISEA, Zurich, présente la nouvelle publication de l’Institut suisse pour l’étude de l’art, Zurich.

Branding: Präsentation des Ausstellungskataloges (dt./fr.) des CentrePasquArt in Zusammenarbeit mit dem Verlag für Moderne Kunst Nürnberg und der edition clandestin. / Présentation du catalogue de l’exposition (dt./fr.) du Centre-PasquArt en collaboration avec les éditions Verlag für Moderne Kunst Nürnberg et edition clandestin (Vorzugspreis / prix spécial).

11h00 »LOGO« Ein Laborgespräch zur Marke ‚Schweiz‘ / Une discussion sur la marque « Suisse »

Das Publikum diskutiert mit / Discussion publique avec:
Marcy Goldberg, Filmwissenschaftlerin; **Res Ingold**, Luftfahrtunternehmer; **Dr. Christian Jaquet**, Publizist.

Moderation: Marianne Burki, Leiterin Visuelle Künste Pro Helvetia.
Eine Veranstaltung von / Un événement de **PRO HELVETIA** Schweizer Kulturstiftung / Fondation suisse pour la culture.

12h00 **Stehlunch / Lunch**

Do je 18 05 2006 Performance San Keller Stammtisch / la table ronde de San Keller
14h-18h

→→