

INHALTSVERZEICHNIS

- Rede von Luciano Benetton
- COLORS 70: Peking Chroniken
- COLORS. Was das ist
- COLORS. Das Magazin: 15 Jahre in 70 Titelseiten
- Fabrica

F A B R I C A

- Biographie Luciano Benetton
- Biographie Marco Müller
- Biographie Chen Jiaojiao und Peng Yangjun
- Biographie Amélie Marciasini und Diego Hurtado de Mendoza
- Biographie Zhang Yuan
- Biographie Paolo Landi

REDE VON LUCIANO BENETTON

Peking, 5. März 2007

Sehr geehrte Damen und Herren,

ich möchte Sie alle herzlich begrüßen und mich vor allem für den so freundlichen und herzlichen Empfang Ihrerseits bedanken. Ich freue mich sehr, an der Präsentation dieser der Stadt Peking gewidmeten Ausgabe von Colors teilnehmen zu können, da ich mich durch einen glücklichen Zufall bereits auf einer Asienreise befinde.

In China wittert man die Zukunft heute viel mehr als im Westen. Und überall spürt man das Vertrauen in den Fortschritt, den Glauben an morgen, den Mut, die Herausforderungen des Neuen anzunehmen.

Es sind bedeutsame Werte, die immer schon bestimmend für die internationale Entwicklung der Benetton Group waren und die - wie Samenkörner unserer Unternehmenskultur - in Fabrica eingepflanzt wurden, dem Zentrum für Forschung und Experimente, das seit über 10 Jahren jungen Künstlern aus aller Welt Raum gibt.

In Fabrica wird versucht, mit den Augen der Jugend in die Ferne und in die Tiefe zu blicken, durch ihre Arbeiten, die in den unterschiedlichen künstlerischen Formen von Design, Fotografie, Film, Musik, Medienprojekten, Internet, neuen Medien ihren Ausdruck finden.

Fabrica ist ein Vorposten der Kommunikation von Benetton sowie gleichzeitig ein Motor für Ideen und eine Ansammlung von kreativen Ressourcen, weil nicht nur multidisziplinäre sondern auch kollektive Forschung gefördert wird.

Eine Forschung, die beachtliche Früchte getragen hat, wie die Ausstellung *Les Yeux Ouverts* bewiesen hat, die von dem angesehenen Centre Pompidou in Paris im Herbst 2006 gewollt und beherbergt wurde und einen Eindruck über die vielfältigen Projekte von Fabrica vermitteln konnte.

Die jungen Menschen und ihre Ideen sind schließlich die eigentlichen Protagonisten in Fabrica. Es ist ein Projekt, das mir sehr am Herzen liegt: ich verfolge es mit Neugierde und Interesse, weil ich aus eigener Erfahrung weiß - auch ich habe sehr früh zu arbeiten begonnen - dass die Jugend Unterstützung und Sicherheiten braucht, um neue Wege der Kreativität und Innovation zu finden.

Ohne zu vergessen, dass der Austausch ein gegenseitiger ist. Ich werde ja meinerseits von ihren Visionen, ihrer Energie und ihrem Enthusiasmus "angesteckt".

Den Blick nach vorne zu richten, um sichtbare und oft unsichtbare Grenzen zu überschreiten, wie die der Oberflächlichkeit und der Vorurteile, ist unserer Meinung nach notwendig, modern und stimulierend.

Der Benetton-Konzern ist seit mehreren Jahren in China vertreten, und die erreichten Ergebnisse beruhen immer darauf, sich stets darum zu bemühen, mehr zu wissen und mehr zu verstehen, für eine Annäherung der Kulturen zu arbeiten, auch dort, wo deren Unterschiede sehr deutlich ausgeprägt sind.

Mit dieser Philosophie des Zuhörens und des Dialogs ist 1991 auch Colors entstanden, ein Magazin, das anderen Kulturen stets Raum gegeben hat, in der Überzeugung, dass Anderssein ein unentbehrlicher Reichtum ist. Auch für den Fortschritt.

Um das Peking von heute wiederzugeben, hat Colors zwei junge chinesische Fotografen ausgewählt, denn unser westliches Auge sieht zu oft nur das, was es sehen will. Vor allem verweilt es meist auf dem, was es bereits kennt und daher mühelos und ohne Beunruhigung wiedererkennen kann.

Ich danke für Ihre Aufmerksamkeit und wünsche allen noch einen angenehmen Tag.

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

Heute in Peking: Präsentation der Ausgabe. COLORS 70: PEKINGER CHRONIKEN eine Monografie der Stadt Peking

Peking, 5. März 2007. Peking vor den Olympischen Spielen 2008, in raschem Wandel –ebenso wie das restliche China- von einer Stadt mit jahrtausendealter Kultur hin zu einer Megametropole des modernen Kapitalismus, erzählt von zwei jungen, chinesischen Künstlern von Fabrica anhand der Alltagsgeschichten ihrer Menschen: das ist die Story von COLORS 70, der neuen Ausgabe des Magazins. Diese wird heute in der chinesischen Hauptstadt im Rahmen eines Round-Table-Gesprächs präsentiert, an dem – in Anwesenheit von Luciano Benetton - Marco Müller, Leiter von Fabrica Cinema und maßgeblicher Sinologe, der chinesische Regisseur Zhang Yuan, die zwei jungen Autoren der Ausgabe Chen Jiaojiao und Peng Yangjun, Paolo Landi, Leiter der Werbeabteilung von Benetton und verantwortlich für Colors, teilnehmen werden.

Ausgehend von einem generellen Axiom - das im Westen geringe Wissen über China, abgesehen von einigen Stereotypen - hat COLORS zwei junge, chinesische Fotografen ausgewählt, die jeden Winkel von Peking durchstreift haben. Anhand von Bildern und Geschichten der einfachen Leute werden die gesellschaftlichen Veränderungen und der Beziehungswandel in diesem Land, verdeutlicht, das mit Riesenschritten in die Zukunft schreitet. Etwas mehr als eine simple Fotoreportage oder journalistische Recherche: eine authentische Monografie von Chen Jiaojiao und Peng Yangjun, die das Projekt, Fotos, Grafik und Texte, realisiert haben. Ein COLORS-Magazin Made in China, um durch 'Import' von chinesischer Kreativität nach Italien definitiv mit den Vorurteilen aufzuräumen, in dem Land der fliegenden Drachen nur einen bloßen Industrie- und Produktionsstandort zu sehen.

Die Seiten von COLORS 70 erzählen von der Stadt, in der bereits ab zwei Uhr morgens Baustellen geöffnet und taghell erleuchtet sind, von den Bewohnern, die in Rekordzeit Englisch lernen und von Straßenschildern, die von heute auf morgen geändert werden, ebenso wie die Regeln für die berühmten Schoßhündchen.

Erzählt werden vor allem die Geschichten vieler Menschen, die ihre Ansichten über die Stadt, das Land und das Leben ausdrücken wollen. Zum Beispiel um zu entdecken, dass wer die Traditionen einhalten will, ein Verlobungsgeschenk im Wert von 50.000 RMB [6.250 US\$] machen muss, was den Ersparnissen von rund 13 Jahren einer Durchschnittsfamilie entspricht. Oder um aus den lebendigen Erzählungen der persönlichen Schneiderin von Mao zu erfahren, wie das Gewand gemacht wurde, das der Präsident auf dem legendären Foto trägt. Und um die epochalen Veränderungen der chinesischen Gesellschaft am Beispiel einer 90-jährigen Prinzessin der Qing-Dynastie (regierte das Land vor dem kommunistischen Regime) in Erinnerung zu rufen, die das Fortschreiten der Ereignisse am eigenen

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

Leib erfahren hatte – von der Prinzessin, zur Gefangenen und schließlich zur einfache Bürgerin.

COLORS, vertrieben in über 40 Ländern, veröffentlicht in drei Ausgaben und vier Sprachen, präsent in Internet auf einer der meist besuchten und von der Kritik ausgezeichneten Website, ist ein vierteljährliches Magazin, das die Jugend in aller Welt anspricht. Gegründet 1991 entsprechend einer Idee von Luciano Benetton und Oliviero Toscani, unter der Leitung von Tibor Kalman, mit der Überzeugung, dass ‚Anderssein‘ positiv ist und alle Kulturen gleichwertig, gehört COLORS heute zur Sparte Medien von Fabrica, dem Researchzentrum für Kommunikation von Benetton. Im neuen Baukomplex von Fabrica, der von dem japanischen Architekten Tadao Ando restauriert und erweitert wurde, hat die Redaktion der Zeitschrift ihren Sitz, die sich auf ein weltweites Netz von externen Mitarbeitern stützen kann.

Für weitere Informationen:

+39 0422 519036

www.benetton.com/colorspress70

www.colorsmagazine.com

www.fabrica.it

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

COLORS: Was das ist Eine Zeitschrift, eine Reihe von Musik-CDs und Dokumentarfilmen, Bücher und Ausstellungen

COLORS, gegründet 1991 nach einer Idee von Luciano Benetton und Oliviero Toscani, unter der Leitung von Tibor Kalman in der Überzeugung, dass Diversität positiv ist und alle Kulturen gleichwertig sind, gehört heute zur Sparte Medien von Fabbrica, dem Zentrum für Kommunikationsforschung von Benetton. Im neuen Baukomplex von Fabbrica, der von dem japanischen Architekten Tadao Ando restauriert und erweitert wurde, hat die Redaktion der Zeitschrift ihren Sitz, die sich auf ein weltweites Netz externer Mitarbeiter stützen kann.

COLORS drückt sich vor allem durch Bilder aus: ein universelles Medium, um mit starker, unmittelbarer Wirkung eine möglichst große Anzahl von Personen zu erreichen. Mit dieser visuellen Sprache greift COLORS engagiert herausfordernde Themen wie Ökologie, Konflikte in der Welt oder den Kampf gegen Aids auf, aber auch unterhaltsame Themen wie Shopping, Mode und Spiele, immer aus einer unkonventionellen, entmythisierenden Sicht.

Von der Ausgabe Nr. 41 bis zur Ausgabe Nr. 60 richtete COLORS die Aufmerksamkeit auf das Thema der unterschiedlichen "Gemeinschaften", die unseren Planeten bewohnen. Sie werden über Fotoreportagen und spontane Interviews beschrieben und erzählen sehr einfach und direkt von der inneren Schönheit, die jeden Menschen individuell auszeichnet. Nach einer einjährigen Übersiedlung nach New York, während der sich die Zeitschrift durch ihren unverwechselbaren Stil neue Inspirationen und Präsenz in den amerikanischen Medien gewinnen konnte, setzt COLORS nun sein Forschungs- und Dokumentationsprojekt in Fabbrica fort.

COLORS, verkauft in über 40 Ländern, in 3 Ausgaben und in 4 Sprachen veröffentlicht, präsent im Internet auf einer der meist besuchten und von der Kritik ausgezeichneten Websites, ist ein Magazin, das einmal im Quartal erscheint und die Jugend in aller Welt anspricht.

Redazione / Editorial Office
Fabbrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabbrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

PROJEKTE VON COLORS

Heute ist COLORS nicht nur ein Magazin, sondern auch eine Art zu kommunizieren, um die verschiedenen Ausdrucksmittel der Kommunikation zu einer Interpretation der Welt zu nutzen. Aus der Erfahrung und dem kulturellen Background von COLORS sind zahlreiche neue Medienprojekte entstanden.

COLORS Music. Eine musikalische Sammlung, basierend auf der Idee, dass Musik ebenso wie Bilder ein universelles Medium ist, um Barrieren abzubauen und eine maximale Zahl von Menschen ausdrucksstark und unmittelbar zu erreichen. COLORS Music greift Musik aus unterschiedlichen Teilen der Welt auf und präsentiert sie in einer neuen Version im zeitgenössischen Kontext. So wurden bereits

die Compilations *Nordic*, *Cumbia*, *Ottomanic* und *Rio Funk* in Kooperation mit Irma Records, internationales Label von Sony Music, produziert.

COLORS Bücher. Von den Bestsellern *1000 Extra/ordinary Objects* und *1000 SIGNS*, veröffentlicht vom Taschen-Verlag, bis zur Reihe mit Skira Editore, mit *Hunger* und *Pagine Gialle*; ein großes Engagement in dieser Sparte, das durch das weltweite Netz der Korrespondenten und Fotografen von COLORS ermöglicht wurde.

COLORS Ausstellungen. Von COLORS wurden Ausstellungen an renommierten Standorten in Städten wie Florenz, Rom, London, Istanbul, Madrid, Barcelona, Maastricht und Budapest organisiert.

COLORS Dokumentarfilme. Eine neue Generation von Dokumentarfilmen, um die Aufmerksamkeit auf wichtige Themen, über die Welt in ihrer Diversität, zu lenken und um den Geschichten einfacher Menschen eine Stimme zu geben: Hongkong und Patagonien, die *Favela* von Rocinha, Aral-See, dem der Preis des Turiner Filmfestivals 2004 in der Kategorie Dokumentarfilm verliehen wurde.

www.colors magazine.com

www.fabrica.it

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD

DAS MAGAZIN 15 Jahre in 70 Titelseiten

1991. 1. It's a baby! (Chefredakteur: Tibor Kalman)

Die Geburt eines Mädchens symbolisiert den Einbruch der neuen Zeitschrift in die Medienlandschaft. Das Foto von Oliviero Toscani war bereits für eine Benetton-Werbung benutzt worden und steht in diesem Sinne auch für das Neue in diesem Experiment: wie im ersten Leitartikel erläutert wird, eine Zeitschrift, die auf einer simplen Idee beruht – ‚Anderssein ist gut‘ –, die aus der Benetton-Werbung „entliehen“ wurde.

1993. 4. Race (Chefredakteur: Tibor Kalman)

Die vierte Ausgabe von Colors ist gleichzeitig auch die erste monothematische, eine Formel, die bis heute beibehalten wurde. Rasse war das logische Thema, selbstverständlich in der Einzahl, denn es gibt nur eine Rasse, die menschliche Rasse. Eine Ausgabe, in der Rassismus auf ironisch-unterhaltsame Weise behandelt wurde. Aber auch die Engländer werden trotz ihres sprichwörtlichen Humors sehr böse, wenn sie ihre Königin Elisabeth als Farbige dargestellt sehen.

1994. 7. AIDS (Chefredakteur: Tibor Kalman)

Erstmals wird das Aids-Problem klar und direkt behandelt, Vorurteile werden ausgeräumt und korrekte Informationen zum Thema Vorbeugung geliefert, ohne Panikmache und mit einem Hauch Ironie (Beitrag über Latex-Mode). Die Ausgabe schließt mit einem Leitartikel, in dem das Bild des vom Virus befallenen Präsidenten Reagan eine Lobrede auf den Menschen begleitet, der er selbst hätte sein können, wenn er in Bezug auf Aids anders gehandelt hätte.

1996. 13. No words (Chefredakteur: Tibor Kalman)

Die letzte Ausgabe unter der Leitung von Tibor Kalman enthält kein einziges geschriebenes Wort und ist eine Hommage an die visuelle Botschaft von Colors.

1997. 21. Smoking (Chefredakteur: Oliviero Toscani)

Diese Ausgabe ist dem Rauchen unter verschiedenen Aspekten in wirtschaftlicher, sozialer und religiöser Hinsicht gewidmet. Auf den Innenseiten, ein mitleidsloses Poster nach dem Muster der Playmates im Playboy, das alle Schäden aufzeigt, die Rauchen im menschlichen Körper verursachen kann. Ein Dokument, das die World Health Organization auch heute noch in den Aufklärungskampagnen gegen Tabakkonsum einsetzt.

1998. 28. Touch (Chefredakteur: Oliviero Toscani)

Ein Kuss unter Homosexuellen als Titelbild ist die Einleitung einer Ausgabe, die der Berührung gewidmet ist, der direktesten Art einer Beziehung zwischen verschiedenen Menschen. Dabei entdeckt man, dass auch im Rahmen von Berührungen unterschiedliche Kulturen und Tabus existieren.

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colorsmagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

1999. 31. Water (Chefredakteur. Oliviero Toscani)

Das Foto eines Kindes, das Pipi macht, und die Vitalität von Wasser verdeutlichen soll, wird in der Schweiz als Pornographie verurteilt. Die Medienaufsichtskommission ordnet das Einziehen aller Exemplare von Colors aus den Zeitungsständen oder alternativ das Verpacken in Zellophan als pornographisches Material an.

2000. 36. Monoculture (Chefredakteur. Oliviero Toscani)

Eine Ausgabe, die fast von allein entstanden ist. Ausgesonderte Bilder, die von Oliviero Toscani Jahre vorher für eine Kampagne zur Unterstützung des UNHCR realisiert wurden, ein Blutfleck, der in diesem Fall ungewollt die Form einer Mickey Mouse angenommen hatte: welches andere Bild hätte mit gleicher Deutlichkeit die Gefahr einer um sich greifenden Monokultur darstellen können, gegen die Colors zu reagieren versucht?

2000. 38/39. Extra/Ordinary fashion (Chefredakteur. Oliviero Toscani)

Ein Modefoto von Patrick Demarchelier ziert das untypische Cover einer Doppelausgabe, die ganz der Mode gewidmet ist; sie ist gleichzeitig auch die letzte, die von Oliviero Toscani gemacht wurde. Sie steht aber nicht in Widerspruch zu den Grundsätzen der Zeitschrift (no news, no fashion, no vip), sondern ist eine weitere anthropologische und visuelle Reise durch die unterschiedlichen Kleiderstile auf unserer Erde.

2001. 41. Refugees (Kreativdirektor: Fernando Gutierrez)

Mit dieser Ausgabe wird der neue Kurs von Colors eingeleitet, der hier ganz einem Flüchtlingslager in Tansania gewidmet ist und mit Unterstützung des UNHCR (Hochkommissariat für Flüchtlinge der Vereinten Nationen) produziert wurde. Alle Fotos wurden eigens von der Colors-Redaktion gemacht, von Fernando Gutierrez stammt die neue Graphik. Es ist der Anfang eines Zyklus über "Gemeinschaften". Auf der Titelseite, die Originalzeichnung eines Flüchtlings, der um eine Wiedergabe der typischen Physiognomien der beiden kriegführenden Volksgruppen Hutu und Tutsi gebeten wurde.

2002. 47. Madness (Kreativdirektoren: Adam Broomberg und Oliver Chanarin)

Ein mit Selbstauslöser gemachtes Foto eines Patienten des Psychiatrischen Krankenhauses von Camaguey in Kuba ist das Titelbild einer Ausgabe, die dem Thema Geisteskrankheiten gewidmet ist. Reportagen aus verschiedenen Ländern geben Gelegenheit, die unterschiedlichen Lebensbedingungen zu vergleichen: von Belgien, wo psychisch Kranke in normalen Familien aufgenommen werden bis zur Elfenbeinküste, wo sie wie Hunde angekettet und außerhalb der Dörfer sich selbst überlassen werden.

2002. 49. Tours (Kreativdirektoren: Adam Broomberg und Oliver Chanarin)

Eine Ausgabe im Spezialformat, die sich als alternativer Reiseführer anbietet, mit Adressen und speziellen Empfehlungen, wie die Elfenschule in Island, das Buttermuseum in Tschechien, eine Favelas-Tour in Brasilien.

2002. 52. Trujillo (Kreativdirektoren: Adam Broomberg und Oliver Chanarin)

Ein Porträtfoto von Rolando Trujillo für eine Ausgabe, die einer einzigen Person gewidmet ist: Trujillo, der allein an einem abgelegenen Ort in Patagonien lebt. Der ideelle Abschluss eines Zyklus über Gemeinschaften, die in ihrer extremsten Form hier aus nur einer Person besteht, und insgesamt eine erneute Bestätigung für die Mission von Colors, denen eine Stimme zu geben, die keine Stimme haben.

2003. 53. Slavery (Kreativdirektoren: Adam Broomberg und Oliver Chanarin)

Das Foto von Sklaven unseres Jahrhunderts in einem indischen Steinbruch ist der Einstieg zu einer Ausgabe über Sklaverei, die in Zusammenarbeit mit der Organisation Anti-Slavery entstanden ist und in dramatischer Weise an eine Wunde rührt, die viele als Problem der Vergangenheit ansehen, um jedoch zu entdecken, dass es auch heute noch Sklaven gibt und uns diese viel näher sind, als wir glauben möchten (zum Beispiel in einer schönen Villa in Los Angeles).

2004. 61. Fans (Kreativdirektor: Kurt Andersen)

Die Ausgabe 61 ist die erste der neuen, amerikanischen Reihe, mit einer neuen Redaktion, die ihre Basis in New York hat. Die Ausgabe setzt sich mit dem sportlichen, politischen, religiösen und musikalischen Fanatismus auseinander.

2005. 65. Freedom of Speech (Kreativdirektor: Renzo di Renzo)

Die kalligraphischen Graffiti von Tsang Tsou-Choi, der sich für den König oder Kaiser von China hält, auf dem Cover der Ausgabe, die sich mit Rede- und Meinungsfreiheit befasst: ein Beitrag zur Pressefreiheit anlässlich der 20-jährigen Tätigkeit der Organisation Reporters Sans Frontières.

2007. 70. Beijing. Beijing Chronicles (Kreativdirektoren: Peng Yangjun und Chen Jiaojiao)

Eine Sonderausgabe über Peking, die von zwei jungen chinesischen Fotografen von Fabrica realisiert wurde und anhand der Geschichten von Menschen aus dem Volk von dem Wandel im heutigen China erzählt.

www.colorsmagazine.com

www.fabrica.it

FABRICA

Fabrica ist das Researchzentrum für Kommunikation von Benetton, das 1994 aus dem kulturellen Reichtum des Konzerns entstanden ist. Nach Fertigstellung des weitläufigen Gebäudekomplexes bei Treviso, der vom japanischen Architekten Tadao Ando restauriert und erweitert wurde, hat es sich zu einem multikulturellen, internationalen Anziehungspunkt entwickelt.

Innovation und Internationalität sind die Herausforderungen von Fabrica, eine neue Verbindung von Kultur und Industrie über eine Kommunikation, die sich nicht nur der herkömmlichen Formen von Werbung bedient, sondern Träger einer "industriellen Kultur" und der "Intelligenz" eines Unternehmens auch mit anderen Mitteln ist: Design, Musik, Film, Fotografie, Medien, Internet. Fabrica setzt auf die noch verborgene Kreativität der Jugend und auf experimentelle Künstler aus aller Welt, die nach selektiver Auswahl eingeladen werden, konkrete Kommunikationsprojekte unter der künstlerischen Leitung von maßgebenden Persönlichkeiten in den verschiedenen Sparten zu entwickeln.

F A B R I C A

Als Laboratorium für angewandte Kreativität will Fabrica (der Name stammt aus der lateinischen Bezeichnung für *Werkstatt*) diese neuen Formen der Kommunikation ausleuchten und folgt dabei zwei wesentlichen, parallelen Grundzügen: konkreter Ansatz in der Ausbildung, da von den jugendlichen Stipendiaten "Lernen durch praktisches Schaffen" gefordert wird; Querverlauf durch die Disziplinen und Interaktivität, nicht nur bei Realisierung der Projekte (Entwicklung in Teamarbeit, wobei verschiedene Rollen und Disziplinen rund um eine Grundidee kombiniert werden), sondern auch durch die Vielfalt der kulturellen Identität, die durch gemischte Gruppen Jugendlicher aus Ländern unterschiedlicher Sprachen, Kulturen und Sensibilitäten garantiert wird.

Herausragend für 2006 war vor allem ein wichtiges, internationales Ereignis. Mit der Ausstellung "Fabrica: les yeux ouverts", die vom 6. Oktober bis 13. November 2006 im Centre Pompidou stattfinden konnte, wurde durch eine der weltweit maßgeblichsten, kulturellen Institutionen die Wertschätzung und Qualität von Fabrica bestätigt. Eine Anerkennung, die in der großen Beachtung durch internationale Medien und im starken Publikumsinteresse mit über 100.000 Besuchern in fünf Wochen zusätzliche Bestätigung fand.

In der in thematische Bereiche gegliederten Ausstellung, die durch Filmvorführungen, Konzerte und Vorträge ergänzt wurde, erhielten die unterschiedlichen Seelen von Fabrica expressiven Raum: die dokumentarische mit Colors und ihren Fotoreportagen, die mehr künstlerische, visionäre und konzeptionelle mit Filmen und Installationen.

Die Arbeit für diesen bedeutungsvollen Event im Centre Pompidou war auch eine symbolische Krönung der zehnjährigen Tätigkeit von Fabrica, mit der auch die Basis für eine neue Entwicklung im Einklang mit der Mission als äußerster Vorposten für Kommunikation gelegt wird, die dieses Researchzentrum sein will.

Die neue Zielsetzung ist nicht nur, Jugendliche in das Zentrum zu bringen, sondern auch, Fabrica auf die ganze Welt auszudehnen und dabei die jeweiligen Gegebenheiten, Bedingungen und Alltäglichkeiten zu respektieren. In zehn Jahren haben Hunderte von jungen Künstlern aus allen fünf Kontinenten Energien, Gedanken, Ideen gegeben und erhalten, ihre Erfahrungen bereichert; heute können sie über ein großes, telematisches Netzwerk an einer kosmopolitischen Arbeitsgruppe teilnehmen, die von Fabrica ins Leben gerufen wird, und jungen Talenten auch in den entfernten Winkeln unserer Erde Gelegenheit gibt, sich an ehrgeizigen Projekten zu beteiligen oder die Umsetzung eigener Ideen zu verfolgen. Die Vision von Wissenschaftlern, Künstlern, Philosophen, die allmählich zum großen Projekt der Stock Exchange of Vision (begonnen im Centre Pompidou) hinzukommt, wird der Ausgangspunkt für Fabrica sein, um die großen, derzeit laufenden Veränderungen zu verstehen, zu interpretieren und ihr Verständnis zu unterstützen.

Fabrica ist von dem Museum für zeitgenössische Kunst in Shanghai (MoCA) eingeladen worden, vom 3. März bis zum 20. April 2007 mit der Installation *Piacere, Fabrica* an der Ausstellung REMOTE / CONTROL über interactive und multimedia art teilzunehmen. Eine Möglichkeit für Fabrica, um sich neuen Kooperationen durch ein internationales Netzwerk an kreativen Quellen zu öffnen.

www.fabrica.it

LUCIANO BENETTON

Luciano Benetton wurde 1935 in Treviso, Italien geboren. Mit seinen Geschwistern Giuliana, Gilberto und Carlo gründete er 1965 die Benetton Gruppe, die heute mit 5000 Stores in 120 Ländern weltweit vertreten ist.

Luciano Benetton ist Präsident der Benetton Gruppe, die an den Börsen von Mailand, Frankfurt und New York notiert ist. Er sitzt außerdem im Vorstandsgremium von Edizione Holding, der familieneigenen Finanzholding. Von 1992 bis 1994 war er Senator der Italienischen Republik.

Luciano Benetton ist Vater von vier Kindern.

MARCO MÜLLER

Marco Müller, 1953 in Rom geboren, studierte Anthropologie und Orientalistik (in Italien und China) und ist seit 1997 Leiter von Fabrica Cinema. Seit 1977 arbeitet er als Filmkritiker und -historiker (Bücher und Abhandlungen über den asiatischen Film) und ist Autor von TV-Dokumentationen. Begründete in Turin das große Filmfestival "Elektrische Schatten", dann Leiter der Festspiele von Pesaro (1982-1989), Rotterdam (1989-2001) und Locarno (1991-2000). Er gilt als Gründer von diversen Stiftungen (Hubert Bals Fund in den Niederlanden, Stiftung Montecinemaverità in der Schweiz, Fondazione Officina Cinema Sud Est in Italien) und ist seit 1997 Produzent für die von ihm ins Leben gerufenen Filmproduktionseinrichtungen (Fabrica Cinema für Benetton in Treviso, Downtown Pictures in Bologna und Riforma Film in Lugano), mit denen er bereits 14 Filme realisierte (darunter ein Oscar, fünf Preise der Filmfestspiele Cannes, drei Preise von Venedig und zwei Preise von Berlin). Seit 2001 ist er zudem wieder als Hochschullehrer tätig (Fakultät für Architektur in Mendrisio, Schweiz) und derzeit Rektor am Conservatorio di Scienze Audiovisive in Lugano. Seit 2004 ist er Leiter der Internationalen Filmkunstausstellung in Venedig.

COLORS A MAGAZINE ABOUT THE REST OF THE WORLD



Chen Jiaojiao

Ich bin in Peking geboren und aufgewachsen, wo ich bis zu meinem 22. Lebensjahr lebte. In den Augen eines kleinen Mädchens bestand die ganze Stadt aus der Wohnung, in der man mit der Familie lebte, der Schule und dem Gewirr von kleinen Gassen und Straßen des eigenen Viertels. In den letzten vier Jahren, als ich hauptsächlich auf Reisen und weit weg von Peking war, wuchs die Sehnsucht nach meiner Heimatstadt und ich verspürte den Wunsch, sie näher kennen zu lernen. Und jetzt hatte ich dank COLORS Gelegenheit, meine Stadt ausgiebig zu durchstreifen und alle ihre geheimsten Winkel zu erforschen, mit vielen Menschen zu sprechen, auf die ich früher gar nicht geachtet hatte, wenn ich ihnen begegnet war. Wer weiß, vielleicht können wir das eigentliche Wesen eines Ortes erst erfassen, nachdem wir ihn verlassen haben.

Redazione / Editorial Office
Fabrica, Via Ferrarezza
31020 Catena di Villorba
(Tv) Italy

t +39 0422 516111
f +39 0422 516308
e colors@colors.it
w colormagazine.com

Editore: Fabrica S.p.A.
Villa Minelli
31050 Ponzano (Tv) Italia
Società a Socio Unico
Cap. Soc. € 4.128.000 i.v.
Società Coordinata e Diretta
da Benetton Group S.p.A.
C.F./R.I. di Treviso
n° 01926330265
R.E.A. n° 177353
P. Iva 01926330265
Cod. Iso: IT 01926330265

Peng Yangjun

Ich bin in einer kleinen Stadt im Süden von China geboren. Das erste Lied, das ich als Kind gelernt hatte, erzählte vom Tian'anmen, und wie alle Kinder träumte ich davon, nach Peking zu reisen. Für mich war die Hauptstadt ein mythischer Ort. Ich konnte stundenlang von ihr träumen und dachte dabei an Bücher, die ich gelesen hatte, Nachrichten aus dem Radio und Bilder aus dem Fernsehen. Und das, obwohl ich bis 1996, als ich erstmals Peking besuchte, keine direkte Berührung mit dieser Stadt hatte. Es war das aufregendste Erlebnis meines bisherigen Lebens! Heute ist Peking für mich die Stadt, in der die Familie meiner Freundin lebt.

DIEGO HURTADO DE MENDOZA / STIPENDIAT VON FABRICA

Der 1980 in Spanien geborene Graphikdesigner Diego Hurtado de Mendoza bewegt sich wie selbstverständlich an der Grenze zwischen Kunst und Graphik.

Bevor er zu Fabrica kam, wo er vorwiegend im Bereich von Video-Dance Art experimentiert, arbeitete er als Graphiker und Art Director für zahlreiche internationale Marken wie MTV, J&B Whisky, Tanqueray Gin, Smirnoff Vodka und die Bank Caja Madrid; seine Arbeiten wurden auch in der Ausgabe 2006 von "Select E" veröffentlicht, dem Jahrbuch der besten grafischen Entwürfen von Spanien. In Fabrica arbeitet Diego derzeit an der Gestaltung des Firmenimages von esMadrid TV, dem TV-Sender der Stadt Madrid, und an dem Drehbuch für eine Serie von Werbespots für Verkehrssicherheit im Auftrag der Weltgesundheitsorganisation, die er auch als Co-Regisseur betreut.

AMÉLIE MARCIASINI / STIPENDIATIN VON FABRICA

Die 25-jährige Amélie Marciasini wurde in Göteborg, Schweden, geboren und lebt seit 2004 in Stockholm. Von 2002 bis 2003 besuchte sie die Malmö Tillskärarakademi mit dem Spezialfach Modellzeichnen, wo sie ihre technischen Kenntnisse als Modeschöpferin erwarb. Von 2003 bis 2004 studierte sie an der Lunds Konst och designskola in Schweden, wo sie ihre kreativen Fähigkeiten entwickeln konnte und lernte, an quer durch Kunst und Design verlaufenden Projekten zu arbeiten. Amélie ist derzeit in der Abteilung Design von Fabrica, und wurde im Februar 2007 unter die Finalisten von +46 gewählt, ein Modewettbewerb, der in Stockholm veranstaltet wird und ihr die Chance bot, die eigene Herrenkollektion *Bricolage Couture* in einer Modenschau zu präsentieren, die ausschließlich ihren Kreationen gewidmet war.

ZHANG YUAN

Zhang Yuan, Fixpunkt der chinesischen Filmkunst und Wegbereiter der wichtigsten neuen Entwicklungen, ist einer der Regisseure, die Koproduktionen mit Fabrica Cinema realisiert haben. In den Neunzigerjahren gehörte er zu den bedeutendsten Vertretern der sogenannten "sechsten Generation" chinesischer Regisseure, die mit ihren nach 1989 produzierten Werken, das Regime durch eine kritische, kompromisslose Vision des Lebens der unter starkem Druck stehenden Stadtbevölkerung herausforderten. Seit 1999 ist Zhang Wegbereiter des chinesischen Kinomarktes, wobei er dessen unterschiedliche kommerzielle Möglichkeiten, das sich an ein lokales Publikum richtet, aber dennoch seine kreativen Visionen weiterverfolgt und erweitert.

Filmografie:

- 1990 Mama (Mum/Mama)
- 1992 Beijing zazhong (Beijing Bastards/Pekinger Bastarde)
- 1994 Guangchang (The Square/Der Platz)
- 1995 Erzi (Sons/Söhne)
- 1996 Dong gong, xi gong (East Palace, West Palace/Ostpalast, Westpalast)
- 1998 Ding zi hu (Demolition and Relocation/Demolierung und Umsiedlung)
- 1999 Fengkuang yingyu (Crazy English/Verrücktes Englisch)
- 1999 Guonian huijia (Seventeen Years/Siebzehn Jahre)
- 2000 Jin Xing xiaojie (Miss Jin Xing)
- 2000 Hainan Hainan (Hainan Hainan)
- 2002 Wo ai ni (I Love You/Ich liebe dich)
- 2002 Jiang Jie (Jiang Jie)
- 2002 Lu cha (Green Tea/Grüner Tee)
- 2006 Kan shang qu hen mei (Little Red Flowers/Kleine rote Blumen)

PAOLO LANDI

Paolo Landi ist seit 1991 Leiter der Werbeabteilung der Benetton Group.

Er wurde am 7. Mai 1953 in Florenz (Italien) geboren, ist verheiratet, hat drei Kinder und begann seine Karriere als Journalist. Er war Leiter diverser Presseabteilungen und als Werbefachmann in verschiedenen Unternehmen tätig, bevor er zum Benetton-Konzern kam. Er ist verantwortlich für alle strategischen und entscheidungs-bildenden Prozesse (von der Kreativität bis zur Media-Planung) im Rahmen der weltweiten Kommunikation der Konzernmarken (United Colors of Benetton, Sisley, Playlife und Killer Loop). Er lehrt Marketing und Kommunikation am Mailänder Polytechnikum und veröffentlichte verschiedene Bücher über Marketing und Kommunikation.