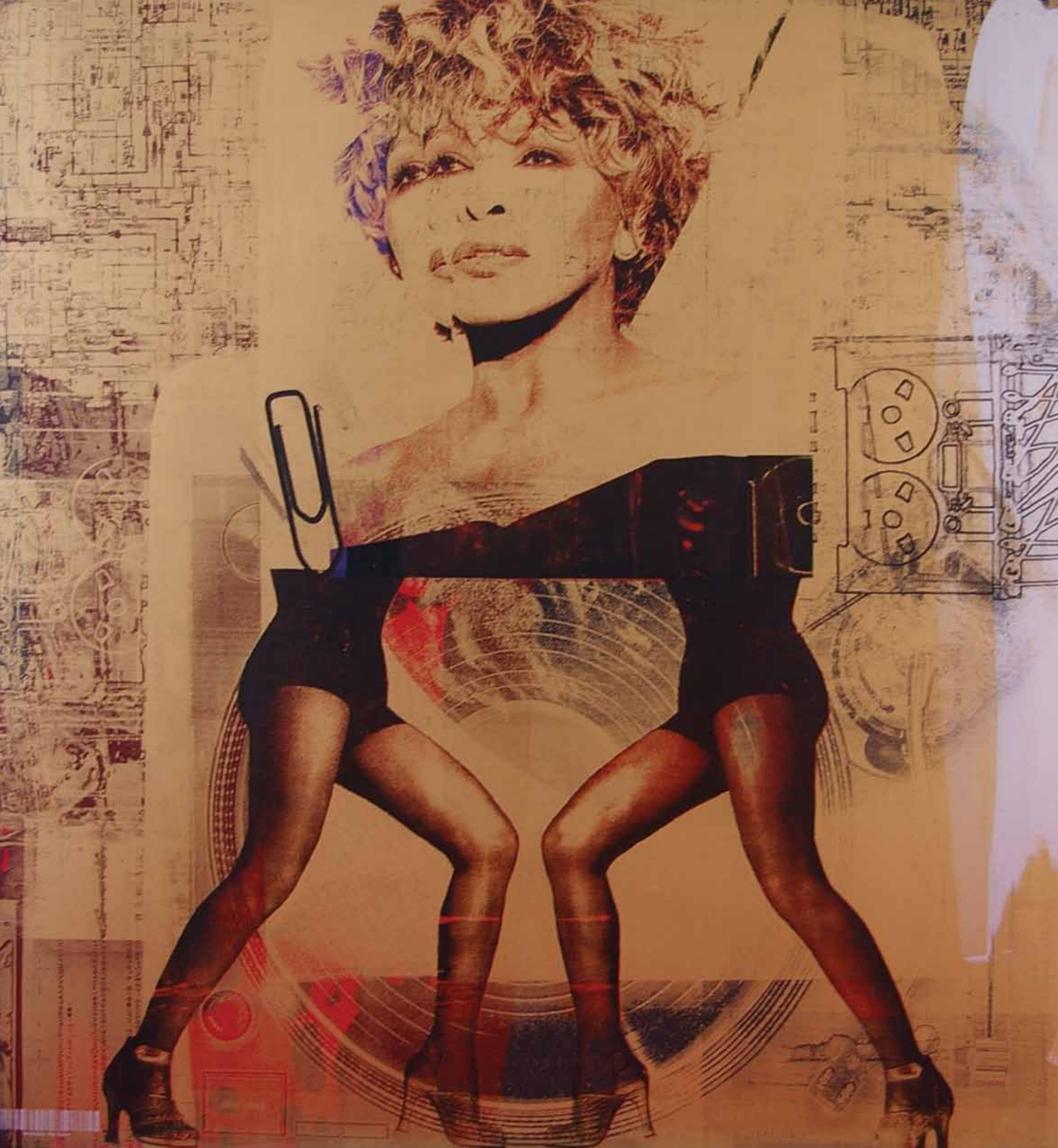




THAT'S ENTERTAINMENT

ANDREAS REIMANN

JANUARY 2010 10 EUR / 15 USD

EDITORIAL



“Good evening ladies and gentlemen,

I am happy you opened THAT'S ENTERTAINMENT. With this magazine I want to entertain you: My projects, the way I work and the pictures I make can enhance your life and shape your environment. Get involved with an experience for your senses, enjoy glamour and beauty. And do not hesitate to let this experience become a part of your life – all around the world, from New York to L.A., Vienna to Paris, Nepal to Florida, Zurich to Tokio. Have fun!”

Andreas Reimann

“Guten Abend meine Damen, guten Abend meine Herren,

schön, dass Sie THAT'S ENTERTAINMENT aufgeblättert haben. Mit diesem Magazin möchte ich sie unterhalten: Meine Projekte, Arbeitsweisen und Bilder können Ihr Leben verschönern, Ihre Umgebung gestalten. Lassen Sie sich ein auf eine Erfahrung für Ihre Sinne, genießen Sie Schönheit und Glamour. Und zögern Sie nicht, diese Erfahrung in Ihre Welt hineinzuholen – rund um den Globus, von New York bis L.A., von Wien bis Paris, von Nepal bis Florida, von Zürich bis Tokio. Viel Vergnügen!”

Andreas Reimann

ON THE COVER

TINA HOT LEGS 100 X 105 CM MIXED MEDIA ON PAPER 2005

IMPRESSUM

Editor
ANDREAS REIMANN

Text / Interpretation
MAGDALENA MIEDL

Fotos
ANDREAS REIMANN, REINHARD MJ KAPPIS

Layout
ANDREAS REIMANN, REINHARD MJ KAPPIS

Vienna, AUSTRIA
January 2010
www.andreas-reimann.com
office@andreas-reimann.com
Tel +43 (0) 664 358 3556

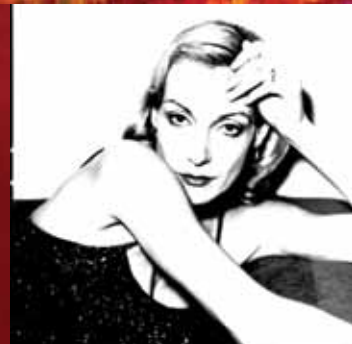
INTERIOR 12



I LOVE PARIS 30



VISIT UTE LEMPER 10



SAVOY 26

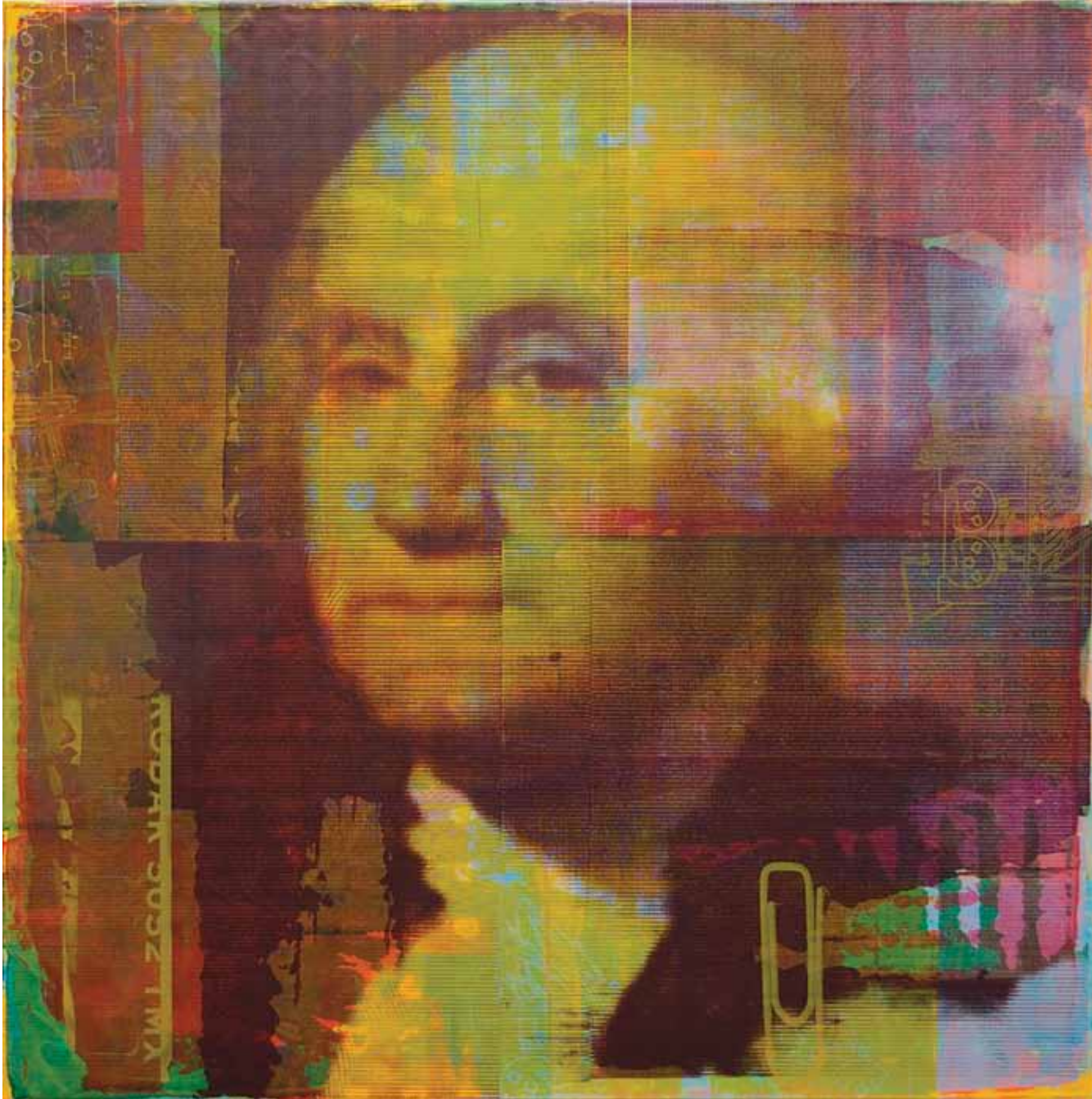


GEISHA 32



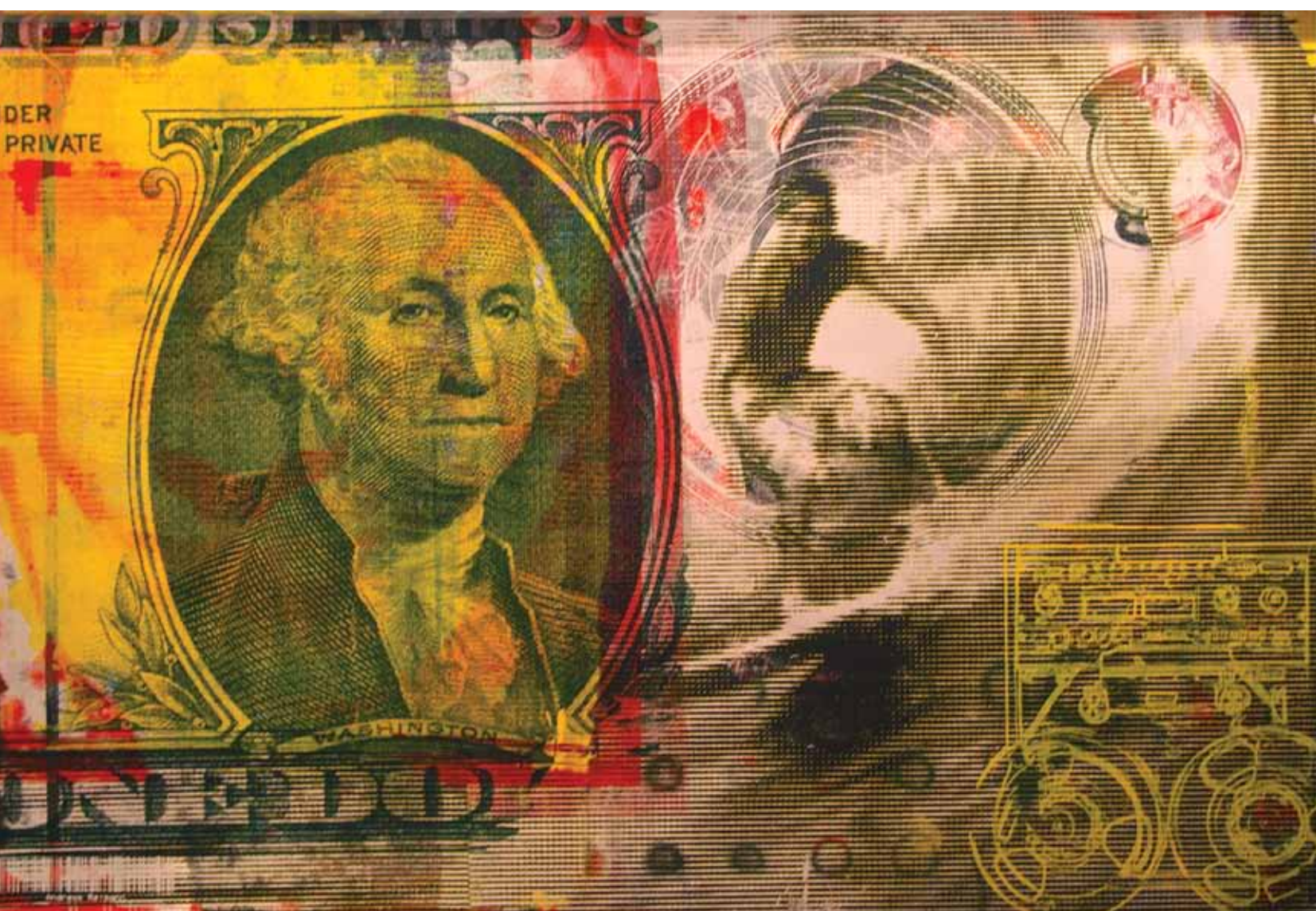
ICONS 22





WASHINGTON 180 x 180 cm mixed media on canvas 2006

SURFING WASHINGTON 108 x 150 cm mixed media on canvas 2007





GREETINGS FROM GERMANY 180 x 180 cm mixed media on canvas 2008

POLITICS OF ENTERTAINMENT

Not exception, but daily routine: Information and entertainment have become one, the erotic of power is no more a side effect, but a key topic.

It is all about seeing and being seen, watched and not being forgotten. The flashier, the better. What stays in mind more than anything is not the person making intelligent politics, but his image.

EXTRACT INSTEAD OF STATEMENT

Binding statements seem to sink into insignificance and are overlaid by beautiful or not so beautiful appearance. It is easier to stay in the collective mind with jovial gesture or deep cleavage. Kissing finance ministers, foreign ministers on vacation, presidents in nasty divorces or head of states with weight problems – outer appearance seems more important than political decisions. What is strategy and what is camouflage tactic?

REVEALING IN ORDER TO DISGUISE

The keyword is politainment: a new packaging of political performers in times of a media society. Those who know how to use media will succeed. Chancello Angela Merkel seems more confident since she has matched her style and clothing to the expectations of the audience. A politician courts for an audience and not for voters. Berlusconi gets into the headlines with plastic surgery and young escorts. Whether we admire or hate him, he creates emotions, that entertain us – and makes us look away from the true problems in his country.

CAMPAIGNING ABOUT THE REMOTE CONTROL

The staging of politicians is also a political one when it comes to privacy. Campaigning is the fight for a bored audience, the fight for satisfied consumers, who are making decisions with the TV-remote control in their hand. The symbiosis between politics and the culture of entertainment is perfect. The elections offer plenty of shows and entertainment. The founding fathers of the US had it easier – their competition was less. Bread and circuses have proven to delight the audience for centuries.

POLITICS OF ENTERTAINMENT

Nicht Ausnahme, sondern Alltag: Information und Unterhaltung sind Eins geworden, die Erotik der Macht ist nicht mehr Begleiterscheinung, sondern zentrales Thema.

Es geht um Sehen und Gesehenwerden, beachtet und auf keinen Fall vergessen werden. Je auffälliger, desto besser. Am nachhaltigsten bleibt jener in Erinnerung, dessen Bild wir uns merken, nicht der, der kluge Politik macht.

AUSSCHNITT STATT AUSSAGE

Bindende Aussagen versinken scheinbar in die Bedeutungslosigkeit und werden überdeckt vom schönen oder weniger schönen Schein. Es ist einfacher, mit jovialer Geste oder tiefem Ausschnitt im kollektiven Gedächtnis hängen zu bleiben. Küssende Finanzminister, urlaubende Außenminister, Präsidenten im Rosenkrieg oder Parteiobmänner mit Gewichtsproblem – die Äußerlichkeiten scheinen wichtiger als die politischen Entscheidungen. Was davon ist Strategie, was ist Verschleierungstaktik?

ENTHÜLLEN, UM ZU VERSCHLEIERN

Das Schlagwort ist Politainment: Die neue Verpackung der politisch Handelnden in Zeiten einer Mediengesellschaft. Wer Äußerlichkeiten als Machtinstrument zu benutzen weiß, hat die Nase vorn. Bundeskanzlerin Angela Merkel wirkt souverän, seit sie ihre Frisur und ihre Kleidung den Sehgewohnheiten des Publikums anpasst. Denn um ein Publikum wirbt der Politiker; nicht um Wähler. Berlusconi macht Schlagzeilen mit Schönheitsoperationen und blutungen Begleiterinnen. Ob wir ihn bewundern, bedauern, belächeln oder hassen, er erzeugt Emotion, er unterhält uns – und verführt dazu, wegzuschauen vom Korruptionssumpf in seinem Land.

WAHLKAMPF UM DIE FERNBEDIENUNG

Die Inszenierung von Politikern ist auch im Privaten, sobald es sich sehen lässt, eine politische Inszenierung. Wahlkampf ist der Kampf um müde Seher, der Kampf um übersättigte Konsumenten, die mit der TV-Fernbedienung in der Hand Entscheidungen treffen. Die Symbiose zwischen Politik und Unterhaltungskultur ist perfekt, der Parteitag mit Showeinlage, die Aschermittwochsrede mit Kalauer sind normal geworden. Die Gründerväter der USA hatten es leichter – ihre Konkurrenz war kleiner. Doch Brot und Spiele sind seit Jahrtausenden bewährt, um das Volk zu begeistern. Der Untergang des Abendlandes ist noch fern.



RED GRACE 90 x 90 cm mixed media on canvas 2008

REIMANN'S HOT RED

Red is like love, like hate, like the stop sign on the side of the road. Red is passion, heat, shame. No color drives more attention like the color of blood, no color generates so intense emotions, no color signalizes intensely: Watch out! Look at me! FALU RED. PERSIAN RED. ROSE RED. Red is fierce, red is conspicuous, a signal color, in the animal kingdom as well as in road traffic. If one is shown the red card, he has to leave the game. If someone is on the red list, he has already left. RUBY RED. FUCHSIA RED. FLAME RED. Red is happiness, is erotic, is love and warmth. Where you see a red light, sin is at home. But red is also aggression, majesty is awe-inspiring. Red is the gown of the king, red is the clothing of cardinals, red is courage, red is sacrificial blood and red is the flag of the communists.

STRAWBERRY RED

SCARLET RED. RUST RED. Who turns red, is happy. Or is ashamed. Who turns red has made a mistake, was caught lying, is nervous. Or he is madly in love, red lips indicate passion, but also distance: Look at me, but do not touch me! CANDY APPLE RED. TUSCAN RED. VENECIAN RED. No one attracts more than the lady in red. She enters the room and all eyes are on her, she wants to be desired and draw attention, and that is exactly what she gets. Red means confidence, means seduction. LUST RED. LAVA RED.

FIRE ENGINE RED

Rot wie die Liebe, der Hass, das Stoppschild. Rot wie die Leidenschaft, die Hitze, die Scham. Keine Farbe regt so auf wie die Farbe des Blutes, keine Farbe weckt intensivere Emotionen, keine Farbe signalisiert heftiger: Pass auf! Schau mich an! SCHARLACHROT. ZIEGELROT. WEINROT. Rot ist heftig, rot ist auffällig, eine Warnfarbe, im Tierreich wie im Straßenverkehr. Wem die Rote Karte gezeigt wird, der muss den Platz verlassen. Wer auf der Roten Liste steht, hat seinen Platz schon fast verlassen. TIZIANROT.

KIRSCHROT

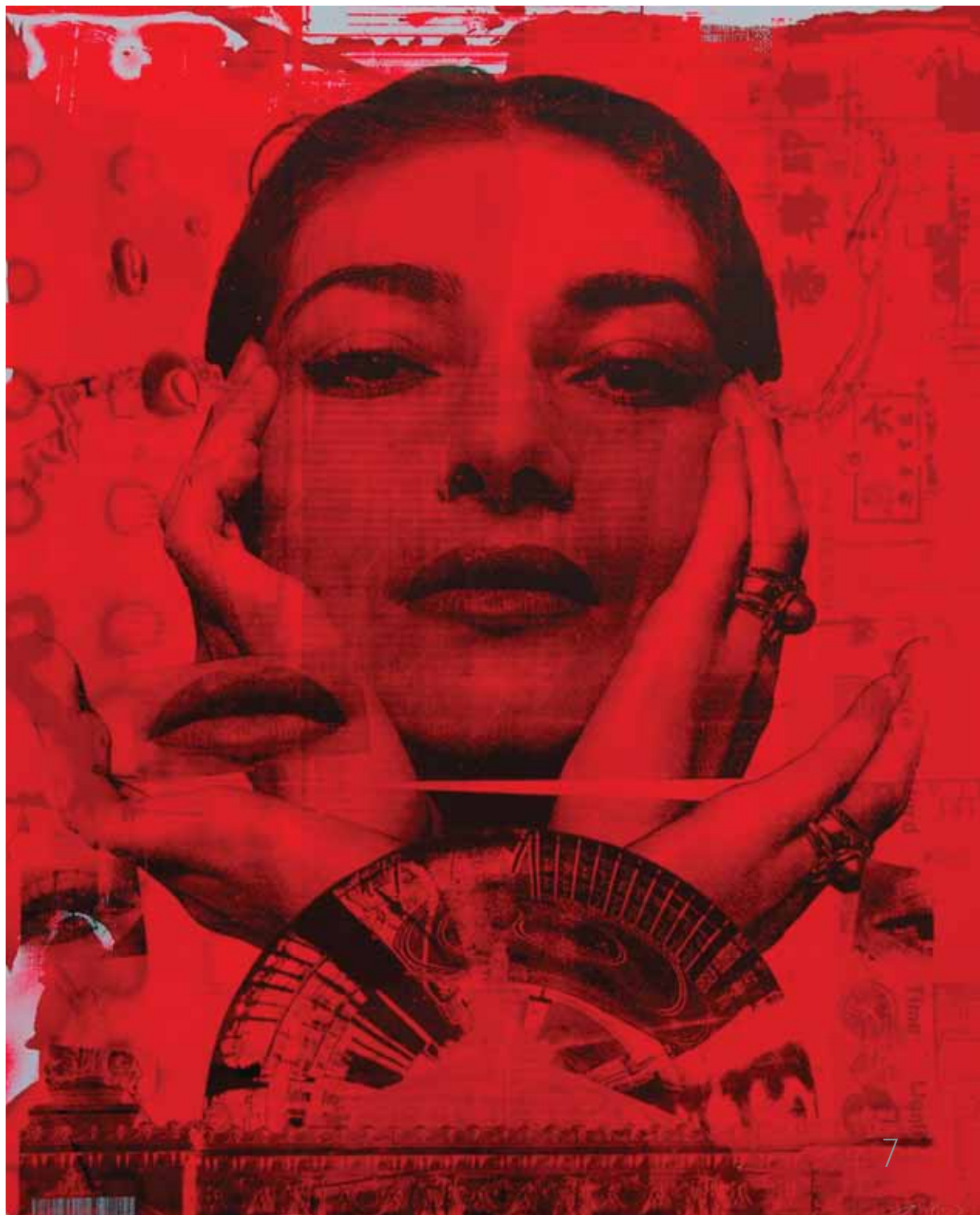
GLUTROT. Rot ist Freude, ist Erotik, ist Liebe und Wärme. Wo eine rote Laterne leuchtet, ist die Sünde zuhause. Rot ist aber auch Aggression, ist Majestät, gebietet Ehrfurcht. Rot ist der Mantel des Königs, rot sind die Kleider der Kardinäle. Rot ist der Mut. Rot ist das Opferblut. Und rot ist die Fahne der Kommunisten. ERDBEERROT. ROSENROT. KNALLROT. Wer rot wird, freut sich. Oder schämt sich. Wer rot wird, hat einen Fehler begangen, wurde beim Lügen ertappt, ist nervös. Oder frisch verliebt. Rote Lippen signalisieren Sinnlichkeit, aber auch Distanz: Schau mich an, aber fass mich nicht an! MORGENROT. HENNAROT. ZORNROT. Niemand erregt mehr Aufsehen als die Frau im roten Kleid. Sie betritt den Raum und zieht alle Blicke auf sich, sie will Begehren und Aufmerksamkeit, und das bekommt sie auch. Rot bedeutet Selbstbewusstsein, bedeutet Verführung. BLUTROT. FERRARIROT.

FEUERROT



RED ROMY 80 x 100 cm mixed media on paper 2008

RED CALLAS 80 x 100 cm mixed media on paper 2008





FACTORY MARLENE 145 x 145 cm mixed media on canvas 2007

M A R L E N E

BIG CITY WHISPERINGS

Dietrich as a working girl, caught in a dream factory. The diva, as a shadow of herself, counteracts with the environment of heavy workers: The setting which Reimann chooses for his divas places them in a completely new context. Associations develop, the combination tells a whole new story, like a song about a woman, like a poem about a lover, like a ballad about a myth.

NIGHT SHIFT AND DAY SHIFT

No portrait in a new frame but the continuation of a portrait, an excessive increase of the facial features. The face and the lines in the material, the scratches and shadows and the landscapes shaping new, become transparent and form stories that have never been told before - "like a rhythm", says Reimann. The face you recognize is only one of many different layers which together make out the song of the big city.

WORKING MARLENE

Why Dietrich was so attractive to him, had more reasons than just her star-status: "She had a simple and non-esoteric access to her work", describes Reimann. This is what fascinates him and links him to Marlene Dietrich. She saw her onscreen work as a craft, she came down from the pedestal, where she had been placed by her fans – even though she never showed herself in public towards the end of her life. Maybe because she wanted to keep the myth of a neverending beauty alive. But Reimann does not question the famous face. The observer is the one who creates the coherences.

GROßSTADTGEFLÜSTER

Die Dietrich als Working Girl, gefangen in der Traumfabrik. Die Diva als Schatten ihrer selbst, konterkariert mit dem Arbeitsumfeld von Schwerstarbeitern: Das Setting, in dem Reimann seine Diven inszeniert, versetzt die Frauengesichter in einen komplett neuen Zusammenhang. Assoziationen entstehen, die Kombination erzählt eine neue Story, wie ein Song über eine Frau, wie ein Gedicht über eine Geliebte, wie eine Ballade über einen Mythos.

NACHTSCHICHT UND TAGSCHICHT

Kein Porträt in neuem Rahmen, sondern eine Weiterführung des Porträts, eine Überhöhung der Gesichtszüge. Das Gesicht und die Spuren im Material, die Kratzer und Schatten und die Landschaft schichten sich neu, lassen den Blick durch und formieren sich zu nie erzählten Geschichten – „wie eine Tonart in der Musik, oder wie ein Rhythmus“, sagt Reimann. Das wiedererkennbare Gesicht ist nur eine von vielen verschiedenen Schichten, die zusammen den Großstadtgesang ergeben.

WORKING MARLENE

Dass die Dietrich für ihn spannend ist, mag an mehr liegen als nur ihrem Star-Status: „Sie hatte einen angenehm unesoterischen Zugang zu ihrer Arbeit“, beschreibt Reimann, was ihn an Marlene Dietrich fasziniert, und was ihn mit der großen Filmkünstlerin auch verbindet. Sie sah sich als Handwerkerin auf der Leinwand, sie ist selbst vom Podest heruntergestiegen, auf den sie die Geschichtsschreibung ihrer Fans gehoben hat – auch wenn sie sich am Ende ihres Lebens nicht mehr in der Öffentlichkeit gezeigt hat. Vielleicht, um den Mythos ihrer makellosen Schönheit doch zu bewahren. Doch Reimann befragt das berühmte Gesicht nicht. Die Zusammenhänge stellt erst der Betrachter her.

EAST AND WEST 80 x 100 cm mixed media on canvas 2009





THE MAKING OF.....





.....LEMPER SONG

100 x 110 cm mixed media on canvas 2008

ALL THAT JAZZ

Marlene Dietrich, Hildegard Knef, Romy Schneider. And Ute Lemper: She is German and studied acting at the Max-Reinhardt-Seminar in Vienna. She acted in "Cats" at the "Theater an der Wien", went to Berlin to take part in "Peter Pan", to Lyon for "Cabaret", to London, and New York: Ute Lemper is another one of those stars who was more successful abroad, than at home.

RISE IN MAHAGONNY

Lemper has been singing for more than 20 years, standards by Edith Piaf, songs by Kurt Weill, reviving Berlin's cabaret of the 20s. She sings beyond borders, connects Europe to New York, Michael Nyman to Paul Celan, Jacques Prévert to Stephen Sondheim. The Billboard Magazine called her "Crossover Artist of the Year 1994", and Lemper is crossover in everything she does.

LA VIE EN ROSE

As crossover artists Lemper, the actor, dancer and singer and Andreas Reimann, the painter, graphic artist and designer encountered each other during the 100th anniversary of Marlene Dietrich. Reimanns iconic Dietrich-portraits were presented as background for Lempers performance, 2001 in Berlin at the Friedrichspalast, beside Katja Riemann, Merit Becker and many more.

THEY CALL ME NAUGHTY LOLA

Back then Reimann and Lemper started a dialog which would result in a photoshoot in New York one year later: In a studio in downtown Manhattan, genuine and upfront: Ute Lemper totally private. And a second time on Alma Mahlers couch, at the new gallery in New York, just before she was going to perform a program of the Weimar Republic, this time with make-up. One girl, two faces, instantaneous the one, almost mask-like the other – fascinating, impervious and irresistible, this is in any case Ute Lemper.

ALL THAT JAZZ

Marlene Dietrich, Hildegard Knef, Romy Schneider. Und Ute Lemper: Sie ist eine Deutsche, sie begann am Max-Reinhardt-Seminar in Wien, wo sie Schauspiel studierte. Sie spielte am Theater an der Wien „Cats“, sie ging nach Berlin und spielte „Peter Pan“, nach Lyon für „Cabaret“, nach London, nach New York: Ute Lemper fügt sich ein in die Reihe deutschsprachige Stars, die im Ausland mehr Erfolg hatten als daheim.

AUFSTIEG IN MAHAGONNY

Seit über 20 Jahren singt die Lemper. Standards von Edith Piaf, Songs von Kurt Weill, sie lässt das Berliner Cabaret der 20er Jahre wieder aufleben, die Erfolge von Bert Brecht, den spröden Charme der Marlene Dietrich. Sie singt über alle Grenzen, verbindet Europa mit dem mondänen New York, Michael Nyman mit Paul Celan, Jacques Prévert mit Stephen Sondheim. „Crossover Artist of the Year 1994“ nannte das Billboard Magazine sie, und crossover ist Lemper in allem, was sie tut.

LA VIE EN ROSE

Als Crossover Artists fanden Lemper, die Schauspielerin, Tänzerin und Sängerin, und Andreas Reimann, der Maler, Druckgraphiker und Designer, einander anlässlich der Feier von Marlene Dietrich 100. Geburtstag. Reimanns ikonische Dietrich-Porträts waren der Hintergrund für den Auftritt der Lemper, 2001 in Berlin, im Friedrichstadtpalast, Seite an Seite mit Katja Riemann, Merit Becker und anderen.

ICH BIN DIE FESCHE LOLA

Damals begannen Reimann und Lemper einen Dialog, der ein Jahr später in zwei Fotoshootings in New York resultieren sollte: In einem Studio in Downtown Manhattan, ungekünstelt und direkt: Ute Lemper ganz persönlich. Und ein zweites Mal auf Alma Mahlers Couch, in der Neuen Galerie in New York, direkt vor einem Auftritt mit einem Programm aus der Weimarer Republik, Diesmal mit Make-Up, die Bühnenpersönlichkeit Ute Lemper. Eine Frau, zwei Gesichter, unmittelbar das eine, fast maskenhaft das andere - faszinierend, undurchdringlich und unwiderstehlich ist Ute Lemper in jedem Fall.



VINTAGE CHAIRS 1970 new original print on leather by Reimann 2008

ART TO SIT ON

The teamwork with Günther Thöny, the swiss luxury-designer, has proven to be very successful since 2004: The "Thöny Projekanstalt" takes over interior architectural projects, in which Reimann's works are often used to set atmospheric accents. Thöny also develops and produces his own furniture and offers overall concepts – in homes as well as for businesses. For example at the Meylenstein Bar & Lounge in Zurich the "Romy" painting adds to the interior a sophisticated character.

ART FOR PURCHASE

Most of Andreas Reimann's furniture and design-elements were developed spontaneously. Among the many pieces you can find a pair of chairs from the 1970s which he redesigned by covering them with leather, that he had printed previously or the barelement "Metropolitan" that would give any shop a cool refreshing look.

ART TO ORDER

Reimann also provides complete interior designs on request and if artist and client comply Reimann will do it comprehensively. "It is like the ancient commission painting in the historic past, where artists were not allowed to be individuals and come true." so Reimann looking back onto those masters who painted ceilings in churches and castles to please the rich.

ART FOR DECORATION

Andreas Reimann points out that he is not afraid that his art might be decorative: "It is supposed to be decorative although for a long time that was a taboo". In the end a painting always is decorative, as long as it does not hang in a museum. Working together with a client might give Andreas Reimann something he has to adapt to, but nevertheless it is a clear statement. What is the challenge about it? "Give me a room to design and I am in my element", says Reimann. "I want to trigger fascination and I would like to create a special kind of aesthetic. Make people stare. And to be honest, it happens all the time."

KUNST ZUM SITZEN

Die Zusammenarbeit mit Günther Thöny, dem Schweizer Luxus-Einrichter, hat sich für Andreas Reimann seit 2004 bewährt: Die Thöny Projektanstalt übernimmt innenarchitektonische Aufträge, bei denen Reimann immer wieder stimmungsgiebende Akzente setzt. Thöny, der neben den modernen Klassikern im Programm auch eigene Möbel entwickelt und produzieren lässt, bietet Gesamtkonzepte an – für Private, aber auch für Geschäftseinrichtungen, Hotels und Firmen. Reimanns Bilder sind dabei ein wesentlicher Bestandteil seiner Raumausstattungen. In der Meylenstein Bar & Lounge in Zürich etwa bestimmt die „Romy“ das Ambiente und gibt dem Innenraum einen mondänen Charakter.

KUNST ZUM KAUFEN

Viele der Möbel und Raumgestaltungselemente, die aus Andreas Reimanns Atelier kommen, sind ohne Auftrag entstanden. Das Sesselpaar aus den 1970er Jahren, das Reimann bei einer Geschäftsauflösung erstanden hat, überzog er mit eigens bedrucktem Leder. Das Barelement Metropolitan könnte einem schlichten Lokal durch den urbanen Background in der Oberfläche Coolness verleihen.

KUNST ZUM BESTELLEN

Komplettes Interior Design liefert Reimann aber nur auf Anfrage, und nur dann, wenn Auftraggeber und Künstler einander auch einig werden. „Es ist wie ein Zurück zur Auftragsmalerei. Die meisten historisch bedeutenden Maler waren früher genauso Auftragsmaler, keine Individualisten, die sich selbst verwirklichen wollten“, spielt Reimann auf jene Meister an, die in vergangenen Jahrhunderten die Innengestaltung von Kirchen, Schlössern und Prunkbauten übernahmen und den Schönheitssinn der Herrschenden und der Reichen erfreuten.

KUNST ZUM SCHMÜCKEN

Daraus schließt, dass Andreas Reimann keine Angst davor hat, seine Arbeiten könnten dekorativ wirken: „Es darf dekorativ sein, das bei mir nicht verpönt, auch wenn es das lange Zeit war“, sagt der Künstler: Letztlich ist ein Bild eine Dekoration, ob man will oder nicht - außer es hängt in einem Museum. Die Kooperation mit einem Auftraggeber mag Reimanns Arbeit ein gewisses Maß an Anpassung abringen, aber es ist auch ein klares Statement. Der Reiz daran? „Wenn man mir einen Raum gibt, den ich gestalten soll, dann bin ich in meinem Element“, so der Künstler: „Ich will Begeisterung auslösen. Eine besondere Ästhetik schaffen. Staunen hervorrufen. Und das gelingt, immer wieder.“



BAROBJECT METROPOLITAN 2007

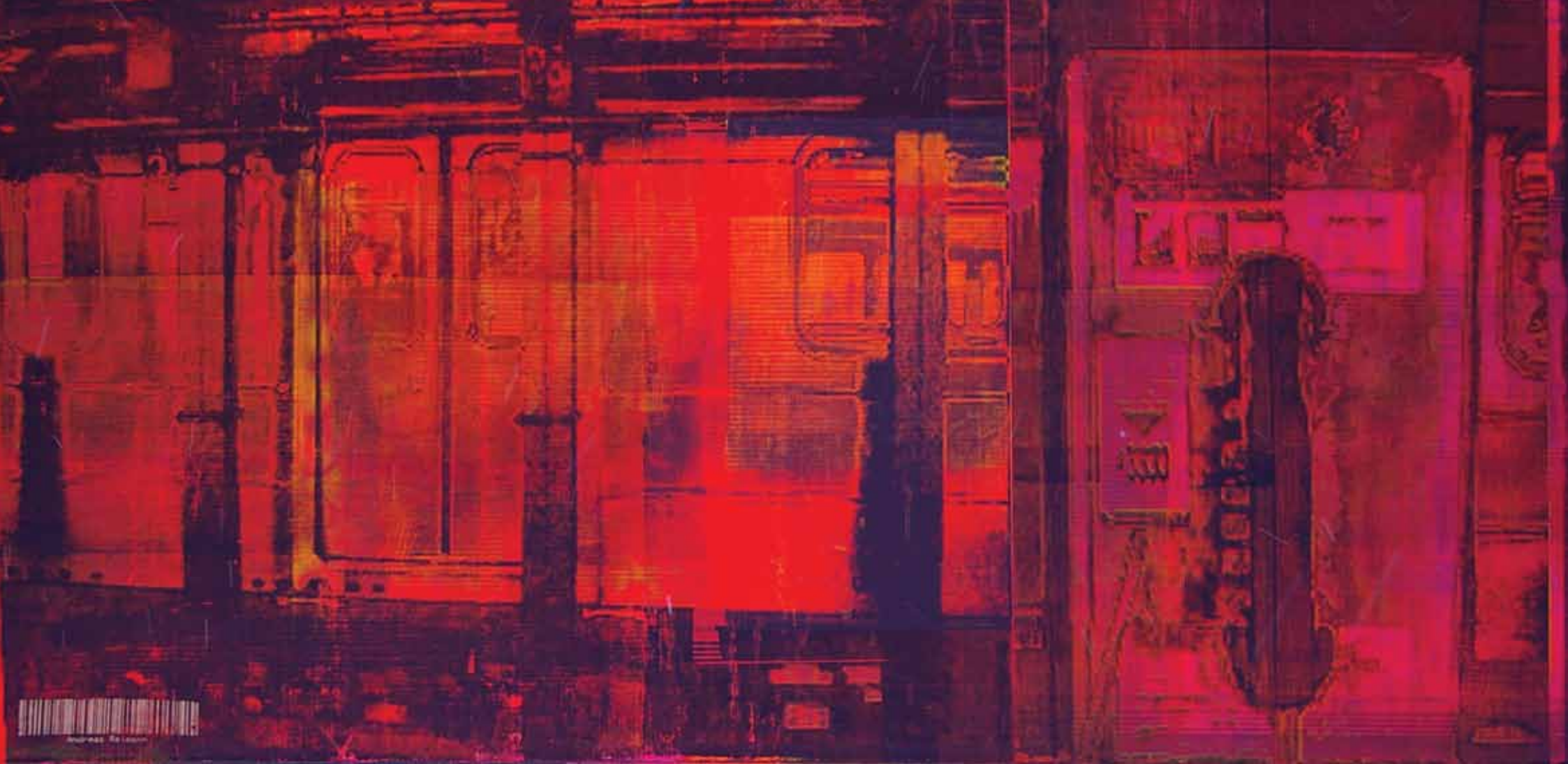
I N T E R I O R



AROSA LANDSCAPE 2008







JOY OF LIFE - AMERICA 125 x 250 cm mixed media on canvas 2005



CALL ME SUBWAY Part 1+2 250 x 125 cm mixed media on canvas 2005

COLOR

ME YOUR COLOR, BABY
 COLOR ME YOUR CAR
 COLOR ME YOUR COLOR,
 DARLING I KNOW WHO YOU
 ARE COME UP OFF YOUR
 COLOR CHART I KNOW
 WHERE YOU'RE COMING
 FROM CALL ME ON THE
 LINE CALL ME CALL ME
 ANY ANYTIME CALL ME
 MY LOVE YOU CAN CALL
 ME ANY DAY OR NIGHT
 CALL ME COVER ME WITH
 KISSES, BABY COVER
 ME WITH LOVE ROLL ME
 IN DESIGNER SHEETS
 I'LL NEVER GET ENOUGH
 EMOTIONS COME I DON'T
 KNOW WHY COVER UP
 LOVE'S ALIBI CALL ME
 ON THE LINE CALL ME
 CALL ME ANY ANYTIME
 CALL ME OH MY LOVE...

BLONDIE: CALL ME. 1980



NUDE SILVER 100 x 110 cm mixed media on canvas 2006



HIRSCH 108 x 150 cm mixed media on canvas 2008



HOLLYWOOD ILLUSION 150 x 216 cm 4 parts mixed media on paper 2004

HOLLYWOOD CLINT EASTWOOD

SHOT AND REVERSE SHOT

Bang bang baby: Dirty Harry Clint Eastwood, the lonesome wolf is hunting. "No matter how high his macho-image would rise in his movies, he would always be able to draw back his own experiences", one biographer wrote.

WOODS AND STREET

In the fan-biographies only so many rumours about Eastwoods life are spread, that one gets the impression: This guy is who he acts. As a boy he was said to have been a loner, he worked as lumberjack, went to the army, truck-driver, swimming instructor.

ONLY A FEW DOLLARS MORE

After starting as a TV-cowboy in "Rawhide", he established himself in Sergio Leones Spaghettiwestern as a uncommunicative western hero – and started his worldwide career. Even after returning to his home country, he always remained faithful to his image as anti-hero. Many world-classics would follow.

DEEP DOWN AND DIRTY

In 1971 Eastwood started playing the role of popular Dirty Harry. Directed by Don Siegel, Eastwood turned into a superstar – and became the prototype for all cop-movies. He takes over control of justice, revenge is his motive. He never lies. He never dies.

BLOOD WORK

Eastwood, now over 80, has managed to play roles fitting his age. He plays characters with health problems, private troubles, a traumatized past, but always with complete headiness. And he leaves traces everywhere, recently mainly as a director: „Million Dollar Baby“, „Letters from Iwo Jima“, „Gran Torino“, „Invictus“ - from private drama to world history. When Eastwood shoots, he always hits.

SCHUSS UND GEGENSCHUSS

Bang bang Baby: Dirty Harry Clint Eastwood, der einsame Wolf, auf der Jagd. „Egal in welche Macho-Höhen sich Eastwoods Leinwandimage später auch emporschwingen würde, konnte er doch immer auf seine eigenen Erfahrungen zurückgreifen“, schreibt ein Biograf.

WALD UND STRASSE

Von Eastwoods Leben wird in den Fan-Biographien immer gerade so viel kolportiert, dass man den Eindruck gewinnt: Dieser Mann ist, was er spielt. Als Junge soll er Einzelgänger gewesen sein, er arbeitete als Holzfäller, war in der Army, LKW-Fahrer, Schwimmlehrer.

FÜR EIN PAAR DOLLAR MEHR

Nach einem Anfang als TV-Cowboy in „Rawhide“ etablierte er sich als schweigsamer Westernheld, in Sergio Leones Italowestern – und begründete damit seinen Weltruhm. Dem Image des Antihelden blieb er treu, als er aus Europa in seine Heimat zurückkehrte. Hier entstanden weitere Westernklassiker, in denen Eastwood unbeugsame Einzelgänger mit ganz eigenen moralischen Ansichten spielte.

DEEP DOWN AND DIRTY

Parallel zum namenlosen Cowboy schlug Eastwood 1971 einen zweiten Weg ein, in der Rolle der moralischen Allgewalt Dirty Harry. Unter der Regie von Don Siegel wurde Eastwood damit zum Superstar – und zum Prototypen aller Cop-Movies. Er nimmt das Recht in die eigene Hand, Rache und Selbstjustiz sind seine Motive. Er lügt nicht. Und er stirbt nie.

BLOOD WORK

Eastwood, mittlerweile über 80, hat es verstanden, seine Rollen seinem Alter anzupassen: Er spielt nun Männer mit gesundheitlichen Problemen, privaten Troubles, einer traumatischen Vergangenheit, aber immer noch voller Starsinn. Und er hinterlässt Spuren, in den letzten Jahren immer öfter als Regisseur: „Million Dollar Baby“, „Letters from Iwo Jima“, „Gran Torino“, „Invictus“ – vom privaten Drama bis zur Weltgeschichte. Wenn Eastwood schießt, trifft er immer.

HOLLYWOOD CLINT EASTWOOD



ON LOCATION AT PIGALLE PARIS



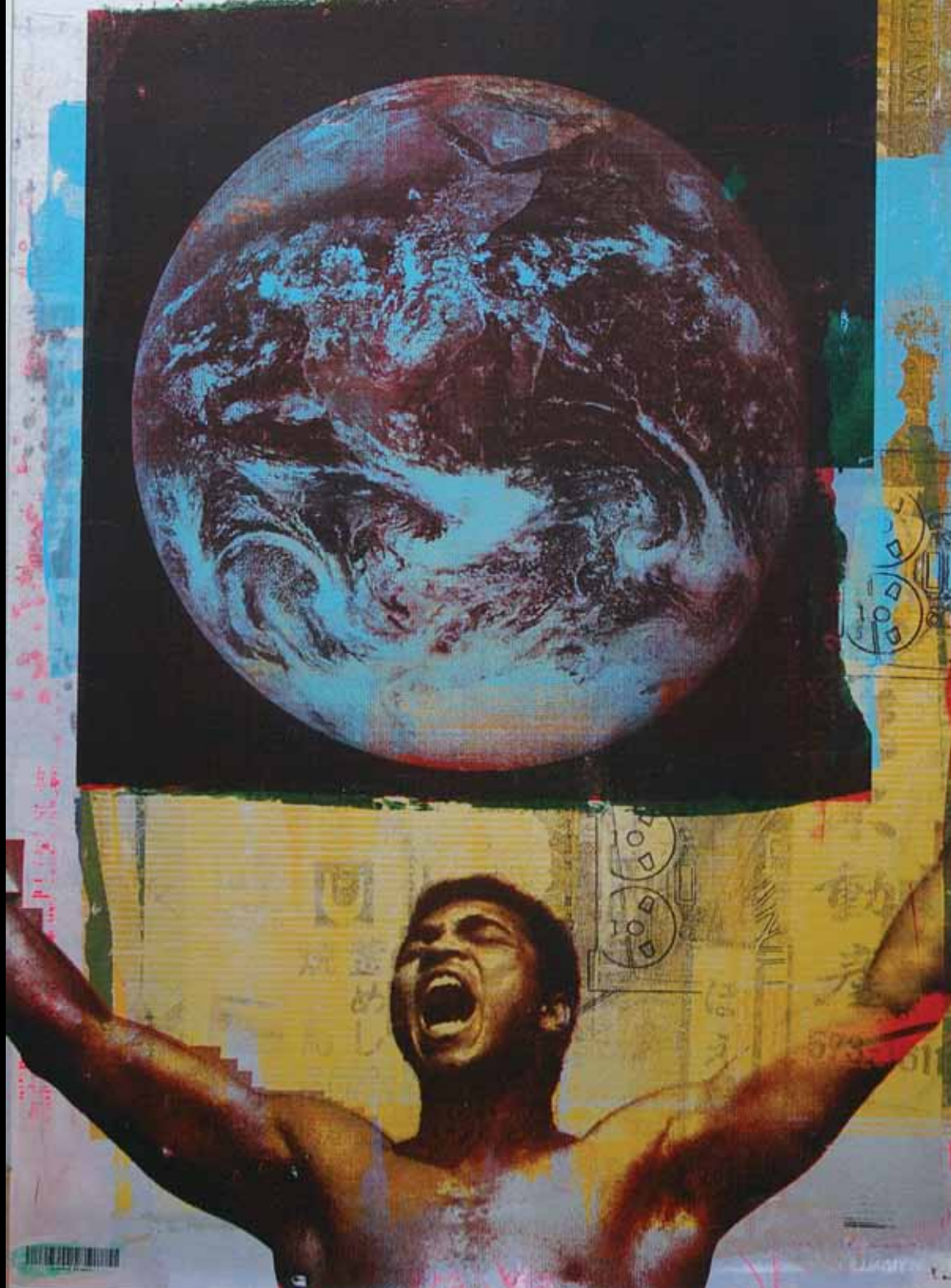


ICONS

When is man a man? Johnny Cash, the lonely wolf with the rough voice. Muhammad Ali, King of the World. Sylvester Stallone, film star with cracks. Three real men, tough guys, superstars, media icons: role models, real fellows. Ready to go, Mr Stallone?

IKONEN

Wann ist ein Mann ein Mann? Johnny Cash, der einsame Wolf mit der rauen Stimme. Muhammad Ali, King of the World. Sylvester Stallone, Filmstar mit Rissen. Drei echte Männer, harte Jungs, Superstars, Medienikonen: Vorbilder, Mannsbilder. Fertig zur Abfahrt, Mr. Stallone?



ALI2 100 x 140 cm mixed media on canvas 2006

STALLONE 180 x 180 cm mixed media on canvas 2007







WALKING ON THE MOON 180 x 180 cm mixed media on canvas 2004

ORIGINAL AEROPLANE WING DC-3 Dakota C47 230 x 150 cm MFG.DATE 1943-1944



DIVAS BAR

SAVOY HOTEL C O L O G N E

DIVAS BAR

Marlene Dietrich, Romy Schneider and Maria Callas. The Divas Bar has become a trademark of the Savoy Hotel in Cologne. This is the place where stars, actors and journalists meet. When Hotel owner Gisela Ragge planned to redesign the bar in the late 90s she asked Andreas Reimann to use the images of "German Filmstars".

COLOGNE CULT

In the process, Gisela Ragge and her architect Beate Lemmer agreed on Marlene, Romy and Callas: All three divas spent part of their lives in Paris and all three are female icons of the 20th century. The first part of the bar was developed in 1999 and has become a cult in Cologne ever since.

MORE EROTIC

In 2009 the bar was extended. To add more atmosphere to the room, lascivious images of Romy and a picture of Garbo were installed. Gisela Ragge wishes to establish a sensual atmosphere throughout the hotel: "The most important thing", says Ragge, "is amazement".

SENSUAL AMAZEMENT

Working together with Gisela Ragge and Beate Lemmer the Paris-pictures and the Geisha themes developed. They now enhance many rooms in the Savoy Hotel. "The first meeting starts with an idea of the client, but at the end it might turn out to be something completely different", describes Reimann the working process. "Gisela Ragge always emphasizes how important it is to get a sensual experience when entering a room". Only images, that convey an atmosphere like a song or poem, are suitable, Reimann says.

FOUND FOOTAGE

When Reimann does not use his mixed media silk screening technique, he creates suggestive landscapes and portraits by overlaying many different photos on his computer. Meanwhile more than 20 rooms have been fitted at the Savoy. The presence of the geisha placed in environments like Tokyo, Paris, New York or London creates a unique exotic atmosphere.

DARE TO USE COLOUR

To create concepts like these at the Hotel Savoy takes clients with courage and phantasy "and unfortunately those are very rare", says Reimann. Gisela Ragge wants to impress and seduce her guests. Where others hesitate, she starts: investing in her hotel with the passion to create a unique experience for all senses.

DIVAS BAR

Marlene Dietrich, Greta Garbo, Romy Schneider und Maria Callas: Die Divas Bar ist zum Markenzeichen des Hotel Savoy in Köln geworden, ein Treffpunkt für Stars, Kreative und Medienleute, Filmschaffende und Fernsehjournalisten.

„Deutsche Filmgrößen“ sollten die Bar schmücken, wünschte sich die Hotelbesitzerin Gisela Ragge, als sie Ende der neunziger Jahre die Neugestaltung der Hotelbar plante und Andreas Reimann kennenlernte.

KÖLN KULT

Im Gespräch mit Ragge und ihrer Architektin Beate Lemmer einigte man sich auf Marlene, Romy und die Callas: Alle drei Diven haben einen Großteil ihres Lebens in Paris verbracht, und alle drei sind wichtige Frauengestalten des 20. Jahrhunderts. In der ersten Phase 1999 entstand der erste Teil der Bar, die vom Publikum gerne angenommen wurde und mittlerweile in Köln als Kult gilt.

MEHR EROTIK

2009 wurde die Bar erweitert, die laszive Romy mit dem aufgestellten Bein kam dazu, und auch Bilder von der Garbo, um noch mehr Atmosphäre zum Raum hinzuzufügen. Ragge wünscht, dass sich durch das ganze Hotel eine sinnliche Stimmung zieht: „Das Wichtigste“, sagt Ragge, „ist das Erstaunen.“

SINNLICH STAUNEN

Im Zuge der Zusammenarbeit mit Ragge und Lemmer sind auch die Paris-Bilder und die Geisha-Themenbilder entstanden, die mehrere Stockwerke im Hotel Savoy prägen. „Das Gespräch beginnt mit einer Idee der Auftraggeberin, und am Ende kommt womöglich etwas ganz anderes heraus“, beschreibt Reimann den Arbeitsprozess. „Aber immer ist ihr das sinnliche Erleben der Räume am wichtigsten.“ Bilder, die Stimmungen vermitteln wie ein Lied oder ein Gedicht, die sind verwendbar, sagt der Künstler.

FOUND FOOTAGE

Wo er nicht mit Siebdruck arbeitet, wie etwa bei „I love Paris“ und „Geisha“, sind seine Basis teils Found Footage, teils eigene Fotos von Reisen, die er in vielen Arbeitsschritten am Computer zu suggestiven Landschaften und Porträts überblendet. Die Geisha, vor Hintergründen aus Tokio, Paris, New York, London und anderen Orten, ist mittlerweile schon in 20 Zimmern des Hotels präsent und verleiht ihnen mit ihrer Anwesenheit eine exotische Atmosphäre.

MUT ZUR FARBE

Um solche Konzepte umzusetzen, braucht es mutige Auftraggeber, „und die gibt es selten“, bedauert Reimann. Ragge will ihre Gäste beeindrucken und verführen. Wo normalerweise gespart wird, spart sie nicht, und investiert in ihr Hotel als Erlebnis für alle Sinne – und das macht den besonderen Charakter des Hauses aus.





OUT OF AFRICA SUITE

MYTHOS LOUNGE



EXT., SIDEWALK - NIGHT.

A slender woman, seen from behind: Blonde, wearing a long dark coat, walking down the street. The clicking of her high heels mixes with distant sounds of the city. She seems in no hurry.

CUT TO:

INT., DIVAS BAR — NIGHT

JAKOB, dark, lean, rough, in his mid-twenties, sits at a small table at the back of the room, sipping a glass of whiskey. He looks at his cell phone, shakes his head, turns the cell phone off and slips it into the pocket of his tailored suit. He eyes the bar; the glossy, discreetly lit pictures of glamorous iconic movie stars reflect on his face, lighting the room in a reddish haze.

KATHRYN

enters the bar, the blonde woman from earlier. She is a smart looking, sleek woman in her late thirties, well-groomed, no flashy make-up. She scans the room, searching someone.

JAKOB

raises his hand.

Hi there.

She walks over, still wearing her dark soft coat, tightly closed around the neck. He gets up to greet her, she gives him a sassy look and offers her hand.

KATHRYN

Sorry to have you waiting. How you doing, Jake? Mind if I call you Jake? Traffic was hell, had a hard time getting here.

JAKOB

Sit down if you please, Miss... Kathryn, right? You want a drink? They have decent cocktails I hear.

KATHRYN

I'll have whatever you're having. (smiles) No,(towards waitress, attractive, very young) just a Bourbon, no ice. Jake, I need you tonight, this is why I wanted to meet you here.

JAKOB

At your service, Miss. What can I do for you?

Kathryn suppresses another smile, and shoves a thick, pale yellow envelope towards Jakob. He opens it, pulling out something that looks like a handwritten letter. While he reads the letter, we watch his face, turning from tense to amused to surprised.

I'm not sure whether I can be of any assistance with that request. Actually, there must be quite a misunderstanding. But I'll see to it that my agency...

KATHRYN

Don't bother with the agency, you'll be absolutely perfect, I'm sure. I've booked a room, we can talk later. (raises her glass) Cheers. Don't be nervous. You a first-timer? (takes a sip of Bourbon, smiles warmly)

INT., HOTEL SUITE - NIGHT

Door opens, Kathryn walks in, followed by Jakob. The Suite is mildly lit, interior in cool colors apart from huge picture over bed. Apparently the two had a few more Bourbons. Jakob looks bit wasted, Kathryn still in good shape. She opens bathroom door, walks in, water is heard running. Jakob falls on the bed. POV Jakob: Looking at the Picture over the bed, the huge face of a beautiful sleeping woman.

JAKOB

(closes eyes, sighs wearily)

And you're sure..?

KATHRYN

(from bathroom)

Absolutely. Just strip down please, will you, and make yourself comfortable.

(reappearing, wearing nothing but — a paint-stained long white men's shirt, tracksuit pants, and a Hasselblad camera)

Lean back, please. Turn your head towards the light. Now smile.

(FADE TO BLACK)



GEISHA SUITE I

GEISHA SUITE II





I LOVE

P A R I S







G

E

I





S

H

A



HOMAGE TO ROMY SCHNEIDER



COLLAGE Part 1+2 216 x 150 cm mixed media on canvas 2007

R O M Y

ROMY

„After painting her for more than twenty times it is legitimate to print her“, says Andreas Reimann. „Without Romy Schneider I would probably never have started with silk screen prints“

The tender, raised eyebrows, the intense, heavily made-up eyes with the wise, melancholy expression, the high forehead, the slightly mocking lips:

For Reimann the face of Romy Schneider not only represents Austria's greatest star but also raw material.

POWERFUL-VOICED

Romy has always been a star for the young Reimann in the seventies, „Especially the Sissi-films we saw on TV when we were kids“, he remembers.

It was not until Schneiders death in 1982 when he was already in the USA and he had heard Romy Schneider like a familiar voice from home. „This again was on television – and she had such a warm and lovely voice, I still remember it like today“. During the eighties Reimann started to intensify his work on Romy Schneider, but it would still take another few years till his first “Romy” would be presented.

THE RED ROMY

Reimann's first Romy picture emerged 1992. His audience reacted with amazement and so he kept on painting Romys in his first years as an independent artist and dedicated a whole series of pictures to the actress. And after many painted versions, finally the first silk screen print originated, which has been perpetuated until today due to the great fascination of the collectors.

THE BRAND ROMY

“What Marilyn was for Warhol, Romy is for me“, says Reimann today. “I didn't really have a choice, it simply developed. I was just the first to do it“. At Romy Schneider's 70th anniversary a stamp has been created using Andreas Reimann's famous Romy-painting.

ROMY

„Nach zwanzigmal Malen hat man die Legitimation, sie auch drucken zu dürfen“, sagt Andreas Reimann. „Zum Siebdruck wäre ich ohne Romy Schneider womöglich gar nicht gekommen.“

Die zarten, hochgezogenen Brauen, die intensiven, stark geschminkten Augen mit dem lebensklugen, etwas melancholischen Ausdruck, die hohe Stirn, die leicht spöttischen Lippen: Für Reimann bedeutet das Gesicht von Romy Schneider nicht nur einen der größten Stars aus Österreich, sondern auch Rohmaterial.

STIMMGEWALTIG

Romy war für den jungen Reimann in den 70er Jahren eine fixe Größe. „Vor allem natürlich durch die Sissi-Filme, die haben wir schon als Kinder im Fernsehen gesehen“, erinnert er sich. Erst nach Schneiders Tod 1982, als er in die USA ging, hörte er Romy Schneider in einem Film, der in Wien spielte - wie eine Stimme aus der Heimat. „Auch das war wieder im Fernsehen – und sie hatte so eine liebe, bezaubernde Stimme, die mir bis heute im Ohr geblieben ist.“ Mitte der Achtziger Jahre dann begann Reimanns intensive Beschäftigung mit Romy Schneider, doch bis zu seiner Romy sollte es noch einige Jahre dauern.

DIE ROTE ROMY

Reimanns erstes Romy-Bild entstand 1992. Sein Publikum reagierte begeistert, und so malte er weitere Romys in seinen ersten Jahren als freier Künstler, er widmete der Schneider eine ganze Serie von Bildern, beschäftigte sich intensiv der Schauspielerin. Und nach vielen, vielen Versionen, die er mit der Hand malte, entstanden dann die ersten Siebdrucke, vor allem als Reaktion auf den Erfolg seiner Romys hin.

DIE MARKE ROMY

„Was für Warhol die Marilyn war, war für mich die Romy“, sagt Reimann heute. „Das konnte ich gar nicht so sehr bestimmen, das hat sich entwickelt. Ich war nur der erste, der's gemacht hat.“ Seine Romy hat es, aus Anlass des 70. Geburtstags der Romy Schneider, schlussendlich aber sogar auf eine Briefmarke gebracht. Und nun? Ab die Post – die nächste Ikone kommt bestimmt.

R O M Y

ROMY CLASSIC SILVER
110 x 200 cm mixed media on canvas 2009



For the 70th anniversary of Romy Schneider's birthday the new "Romy Schneider" - special issue stamp was released during the WIPA08 - a philatelic appreciation for "the best actress of her generation" (Orson Wells).

Release date: 21.09.2008
Circulation: 700.000
Print: Österreichische Staatsdruckerei
Type: special issue stamp

SHOWROOM VIENNA
OBJECTS DESIGN GALLERY
PRATERSTRASSE 9







FIVE TIMES BEAUTIFUL

When a fashion designer and an artist work together, a lot of beautiful things may develop. If the fashion designer is Michel Mayer and the artist is Andreas Reimann, even more things may happen: This precious fabric is imprinted by Reimann with a special mixed-media technique, showing different images like the geisha or a dollar bill. The textiles are then processed into unique pieces of clothing which can be worn as an evening dress, a skirt, trousers wrapped around your waist or a dashing top – altogether there are five different ways to wear this precious piece. The society journalist Elisabeth Sereda calls it appropriately the “financial-crisis-garment”. Only a total of 30 pieces have been produced, which guarantees exclusivity. Every dress has been produced by hand and varies in colors: That wa every way has a unique personality. For the two initiators it was their first project together. Michel Mayer started her design career in the mid 90s and has been running her own boutique in Vienna’s city since 2001. She is mostly know in the creative circles: her costumers are artists, designers or architects. Working together with Andreas Reimann was therefore only a matter of time.





FÜNFFACH SCHÖN

Wenn eine Modedesignerin und ein Künstler zusammenarbeiten, kann viel Schönheit entstehen. Wenn die Designerin Michel Mayer heißt, und der Künstler Andreas Reimann, passiert da sogar noch mehr: Die eigens gestalteten Stoffe, von Reimann in Siebdrucktechnik mit verschiedenen Motiven, einer Geisha, einem Dollarschein und anderen bedruckt, wurden von Mayer zu ganz besonderen Kleidungsstücken verarbeitet: Als Abendkleid, Rock, Wickelhose oder verwegenes Oberteil, in insgesamt fünf verschiedenen Varianten lässt sich das edle Teil tragen – ein echtes „Wirtschaftskrisenkleid“, wie die Society-Journalistin Elisabeth Sereda treffend formulierte. Eine niedrige Produktionsauflage von 30 Stück garantiert der Trägerin Exklusivität, außerdem ist jedes Kleid handbedruckt, die Farben variieren: So ist jedes Stück eine einzigartige Persönlichkeit.

Für die beiden Urheber ist es die erste Zusammenarbeit. Dabei ist Mayer bereits seit Mitte der Neunziger Jahre selbstständig und betreibt seit 2001 ihre Boutique in der Wiener City. Beliebt ist Michel Mayer vor allem in kreativen Kreisen: zu ihrer Kundschaft zählen Künstler, Grafiker, Werber und Architekten. Ein gemeinsames Projekt mit Reimann war also nahe liegend. Bei der Modenschau der Kollektion in der Boutique Michél Mayer konnte einem fast weh ums Herz werden – bei so viel Schönheit auf einem Fleck.







A N D R E A S R E I M A N N

SENSUALITY

Everything is potential raw material: magazines, postcards, photos, posters. Everything collected over the past years, either bought or received by mail, can eventually trigger new ideas, develop new shapes or influence contents. The stereo in the background plays soul tunes and jazzstandards and drowns out the loud fizzling noise of the water jet used to clean the silk screen frames. It smells of acrylic paint and coffee.

COLLECTING MANIA

In the middle of the room there is a table, as big as a kingsize bed. On top many jars of paint, bottles and templates for prints. A flip chart with newspaper clippings, photos, a map of Nevada. A camera, CDs, a book shelf: USA „Monuments of the World“, Western America. A concert poster of Marianne Faithfull, DIY magazines from the 50ies.

THE GIFT OF COMBINING

Andreas Reimann is a collector: The artist absorbs his environment carefully, recreates it and starts interpreting. Pop culture from all directions, aesthetic advertising, alienation – Reimann remixes his material like a DJ, he uses samples and brings icons into a new context. It is applied art that is produced by Andreas Reimann. „Mistakes are my source. I turn them around and create something new out of them.“ says Reimann about his way of work.

SINNlichkeit

Alles ist Rohmaterial: Magazine, Postkarten, Fotos, Poster. Was sich ansammelt übers Jahr, was gekauft wird, was mit der Post kommt, alles kann Idee werden, kann Formen liefern, kann Inhalte mitbestimmen. Die Musikanlage spielt Soullklassiker, spielt Jazzstandards, übertönt nur vom lauten Zischen des Wasserstrahls, wenn die Siebdruckrahmen von Farbe gereinigt werden, es riecht nach frischer Acrylfarbe und nach Kaffee.

SAMMELWUT

In der Mitte steht ein Arbeitstisch, so groß wie ein Kingsize-Bett, darauf Siebdruckvorlagen, Farbtuben, in den Regalen Tiegel, Flaschen in allen Schattierungen. Eine Magnetwand mit Zeitungsausschnitten, Fotos, einer Landkarte von Nevada. Fotokameras, unzählige CDs, dazwischen eine improvisierte Küche, Früchte in einer Schale, ein Bücherregal: USA, „Monumente der Welt“, der Westen Amerikas. Ein Konzertplakat von Marianne Faithfull, Heimwerkerzeitschriften aus den Fünfziger Jahren.

KOMBINIERGABE

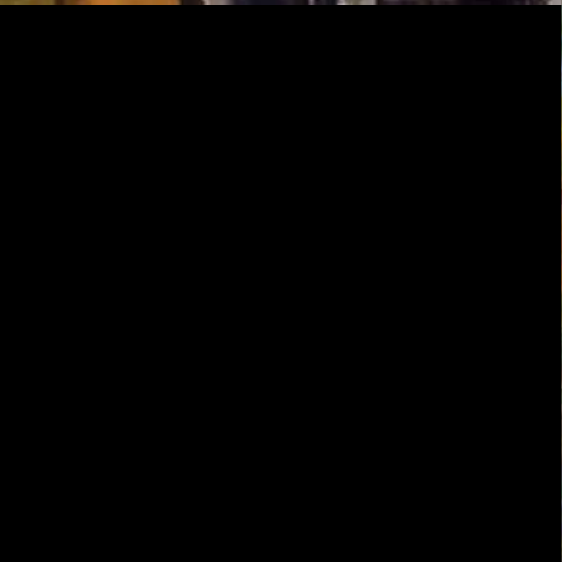
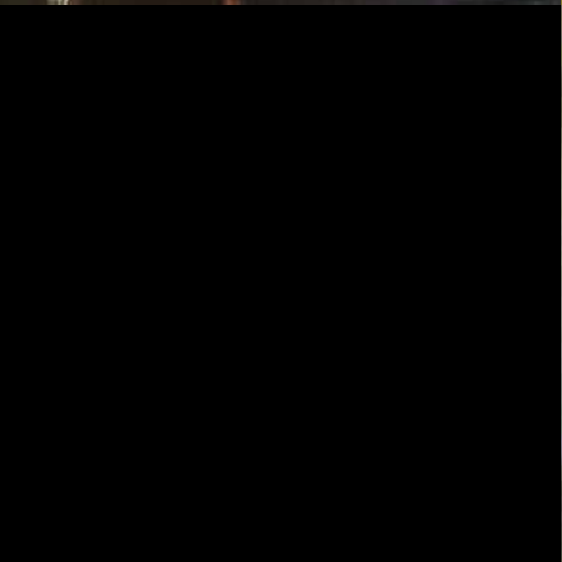
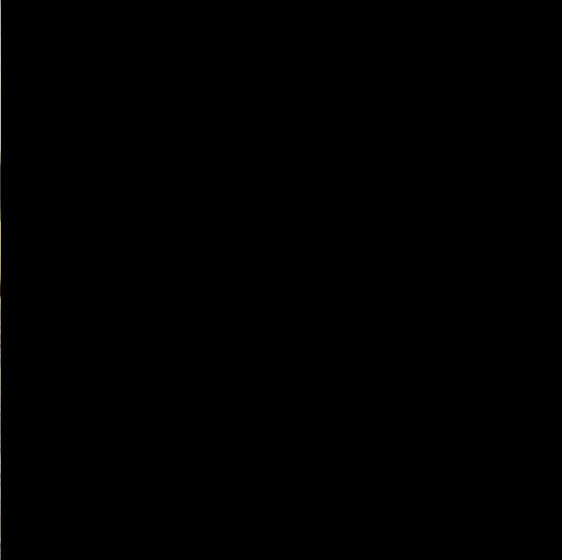
Ein manischer Sammler, das ist Andreas Reimann: Er saugt seine Umgebung auf wie ein Schwamm, stellt neu zusammen, interpretiert um. Populärkultur in allen Richtungen, Werbeästhetik, Verfremdung – Reimann remixt seine Vorlagen wie ein DJ, er verwendet Samples, deutet Kratzer und schadhafte Stellen um und bringt Ikonen in neuen Zusammenhang – und das passiert hier, im Atelier, im kreativen Zentrum. Hier darf es schmutzig werden, Reimann hat kein Problem mit den Schmutzrändern der Realität: „Fehler sind meine Stärke. Ich drehe sie um und mache etwas Neues daraus.“





Art to wear: In collaboration with the designer Barbara May, the artist Andreas Reimann prints hoodies and leather bags. The unique parts will be a true companion for more rock and glamour in your everyday life.

Kunst zum Anfassen, Überziehen und Mitnehmen: Andreas Reimann bedruckt Hoodies und Ledertaschen, in Zusammenarbeit mit Designerin Barbara May. Die unverwechselbaren Teile sind treue Begleiter für mehr Rock und Glamour im Alltag.



ORIGINAL PRINT ON LEATHER.....PLUS COLLABORATION WITH



BARBARA MAY.....AND ANDREAS REIMANN HOODIES
www.bmaybags.com



AROSA Part 1+2 100 x 400 cm mixed media on canvas 2009

ANDREAS REIMANN

CAROLINA DREAMING

I started painting in the United States of America. 1986, after graduating from school I left Austria and went to South Carolina. I had just started to study economics in Vienna, but I did not like it, so instead of listening to dull lectures I worked in restaurants at the seaside as waiter, barkeeper or dishwasher. During winter, when there was not much to do, I started painting. My first paid artistic job was creating a menu card for a restaurant. That was the first time I realized I actually could become an artist.

RAINBOW COLORS

I only wanted to earn enough money to pay for my rent and food. I never thought about getting a professional art degree, because with the money I had it never was an option for me. That is why I stayed an autodidact. Coincidentally an architect once saw my paintings and was amazed – and she was the one who kept bringing me new orders. I started working for her as an interior designer, created concepts for apartments and made paintings to fit the interiors we created. This was a whole new experience, totally different to what I had experienced previously in Vienna: everything was full of colors, compared to Vienna where I remember everything being dark and grey. The 80s in the USA were full of dashing colors, peach carpets, trendy colors like aqua and aubergine and also my paintings would adapt these colors. Making paintings for a specific interior was not a big challenge, but it was very exciting. Simultaneously I started making my own designs, but at the beginning they were not very successful.

STARDUST MEMORIES

Until the year I started to get involved with Tina Turner. She gave a concert in Columbia in 1987 and I decided to create a portrait and give her the picture as a present. For the first time I painted a large portrait with acrylics on canvas and this time it was a success: she presented my painting on stage in front of thousands of fans and this was the day when I realized: I want to be an artist. That time I did not receive any money for my painting but it was an amazing experience and a huge motivation. I was far from earning money with my art so I continued working in restaurants and as an interior designer. The advantage of this is that till today I enjoy taking up interior projects, because I got to know the business very well.

VIENNA WAITS FOR YOU

In 1989 I had the opportunity to present my paintings in Vienna at an interior exhibition. For that reason I returned to Vienna in 1988: with only 15 paintings and a few belongings. Being abroad for so long I had lost all contact to Austria, but I was optimistic that it would work: I had made the decision to earn my money only as an artist, even though it meant starting from scratch. It did not have many problems starting off at the beginning, because opportunities for exhibitions kept coming. In 1994 I started my own showroom, which introduced my art to a greater national and international audience. Already in those days half of my costumers were international clients.

BACK ON STAGE

After I had to give up my showroom I realized this is a first setback. But with my Romy Schneider portraits the audience returned. I started with silk screen prints and adapted new forms of visual techniques. Pop art had always made a great impression on me. Now it was easier to get hold of my international clients because I started to attend exhibitions in foreign countries. For example the project at the Hotel Savoy in Cologne came about. My network kept growing ever since and in 2000 my success also returned in the USA. An exhibition at the World Stunt Awards Show in Los Angeles in 2001 gave me the chance to attract some more interested collectors. The success had returned – and stays on till today.

CAROLINA DREAMING

Mit der Malerei begonnen habe ich in Amerika. Ich war 1986 mit 18, nach dem Schulabschluss, nach South Carolina gegangen, weil ich mit dem Wirtschaftsstudium in Wien unglücklich war. Statt im trüben Wien in Vorlesungen zu gehen, hab ich eben mein Geld verdient in Restaurants am Meer, als Kellner, Barkeeper, Tellerwäscher. Und im Winter, wenn wenig Touristen da waren, begann ich zu malen. Der erste künstlerische bezahlte Job ergab sich direkt daraus: Ich wurde beauftragt, eine Speisekarte für ein Restaurant zu entwerfen. Da wurde mir zum ersten Mal bewusst: Ich könnte tatsächlich als Künstler arbeiten.

RAINBOW COLORS

Voraussetzung war aber immer, genug Geld zu verdienen, um mir Miete und Essen leisten zu können. Eine Ausbildung an einer Kunsthochschule stand da nie zur Diskussion, einfach weil ich nicht genug Geld zur Seite legen konnte. Also blieb ich reiner Autodidakt. Als eine Innenarchitektin per Zufall meine Arbeiten sah, war sie begeistert – und verschaffte mir immer weitere Aufträge. Ich habe für sie als Inneneinrichter gearbeitet, Farbkonzepte für Wohnungen entworfen, und dazu Bilder für die Apartments gemalt. Das war eine völlig andere Welt als das Wien, aus dem ich kam: Alles war sehr bunt, während in Wien in meiner Erinnerung alles grau und braun war. Hier, im Amerika der Achtziger Jahre, gab es knallbunte Farben, pfirsichfarbene Teppiche, die Trendfarben waren Aqua und Aubergine, und auch meine Bilder sollten diese Farbtöne haben. Für ein bestimmtes Umfeld zu malen war zwar inhaltlich keine große Herausforderung, aber formal spannend. Parallel arbeitete ich an meinen eigenen Entwürfen, doch die hatten damals keinen großen Erfolg.

STARDUST MEMORIES

Bis ich mir Tina Turner vornahm. Sie kam 1987 zu einem Konzert nach Columbia, South Carolina, und ich beschloss, sie zu porträtieren und ihr das Bild zu schenken. Zum ersten Mal malte ich ein großformatiges Porträt mit Acrylfarben auf eine Leinwand, und das mit Erfolg: Sie präsentierte es tatsächlich auf der Bühne, vor zehntausenden Zuschauern. Geld gab es dafür natürlich keines, aber dieses Erlebnis war eine gigantische Motivation – und ich merkte: In diese Richtung will ich weitermachen. Noch war ich aber weit davon entfernt, mit der Malerei Geld zu verdienen, und arbeitete nach wie vor im Gastgewerbe und als Inneneinrichter. Das hat immerhin den Vorteil, dass ich Interior-Aufträge nach wie vor gerne annehme, ganz einfach, weil ich das Geschäft gut kenne.

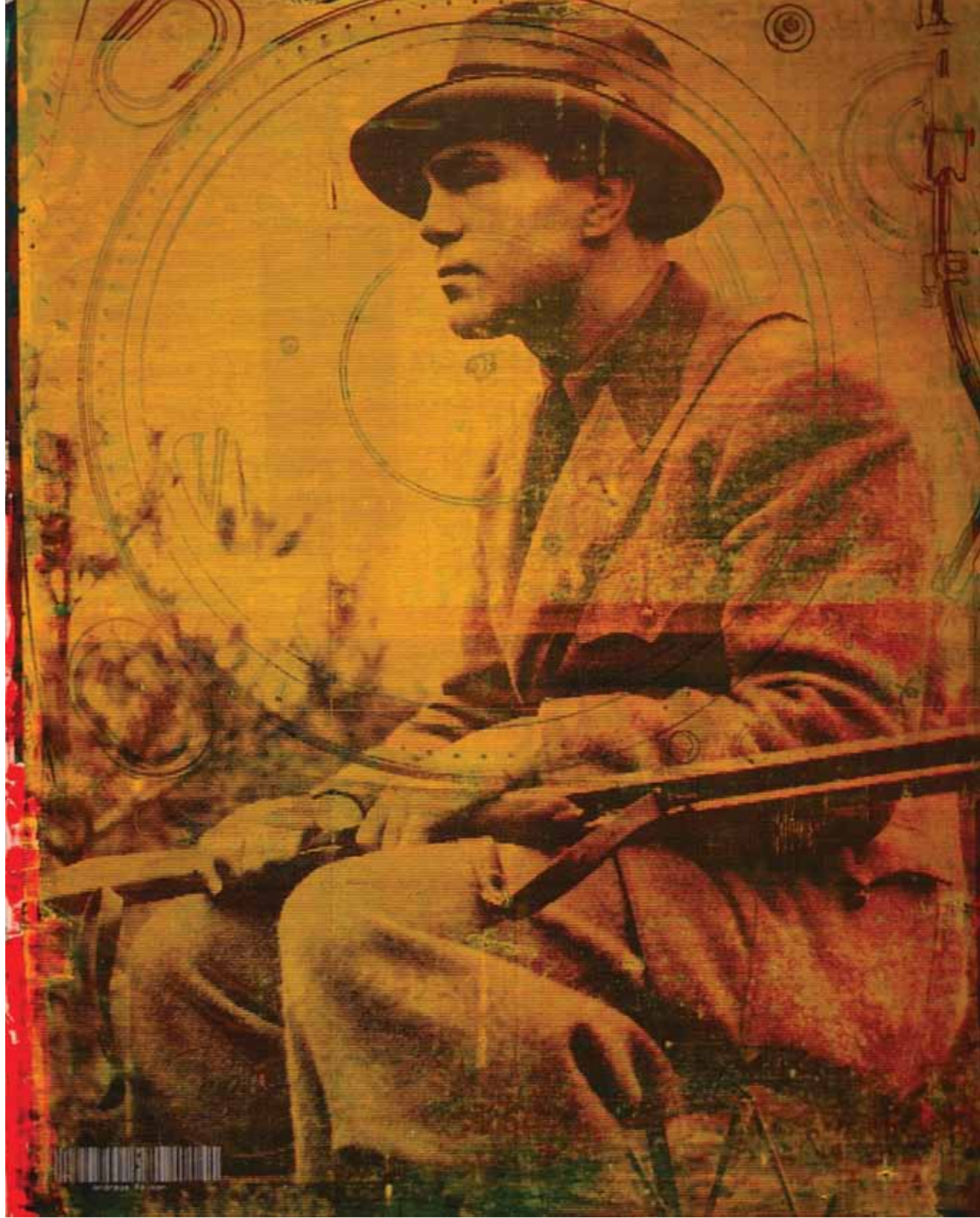
VIENNA WAITS FOR YOU

1989 ergab sich die Möglichkeit, in Wien auszustellen, bei der Interior Messe, also ging ich Ende 1988 zurück: Mit einer Rolle von 15 Bildern, und sonst nicht viel. Ich hatte ja alle Brücken in Österreich hinter mir abgebrochen. Aber es musste einfach klappen: Ich wollte in Zukunft nur mehr als Künstler mein Geld verdienen, auch wenn ich von null anfangen musste. Der Neubeginn fiel aber nicht schwer, immer mehr Ausstellungen kamen dazu. 1994 bekam ich meinen ersten Showroom in den Ringstraßengalerien, was mir ein großes Publikum aus dem Ausland brachte. Schon damals war mehr als die Hälfte meiner Käufer international, das ist bis heute so geblieben.

BACK ON STAGE

Nachdem ich den Showroom aufgeben musste, kam zuerst ein Rückschlag. Mit meinen Romy Schneider-Porträts aber kehrte das Publikum zurück. Ich begann, mit Siebdruck zu arbeiten, und eignete mir neue visuelle Techniken an. Die Pop Art als Einfluss begleitete mich schon länger. Mein internationales Publikum konnte ich nun auch besser erreichen, weil ich durch internationale Messebeteiligungen mehr Bekanntheit erreichte. Dadurch kam etwa die Gestaltung der Divas Bar im Hotel Savoy in Köln zustande, die mehrere Aufträge direkt nach sich zog. Das Netzwerk wurde größer, 2000 endlich auch wieder in die USA. Eine Ausstellung im VIP-Bereich bei den World Stunt Awards Show in Los Angeles 2001 brachte weitere spannende Kunden. Der Erfolg war zurück – und er ist geblieben.

UP CLOSE AND PERSONAL



HUNTER 115 x 145 cm mixed media on canvas 2008



WALSERHOF
160 x 170 cm mixed media on canvas 2009



WOODCUTTERS
125 x 125 cm mixed media on canvas 2006



ALMRAUSCH
125 x 125 mixed media on canvas 2006



AVAILABLE AT

EUROPE

VIENNA / AUSTRIA
REIMANN TEAMWORK ROOM
THE ANDREAS REIMANN SHOWROOM
SCHUBERTING 10
A-1010 VIENNA
+43 664 358 3556

VIENNA / AUSTRIA
OBJECTS DESIGN GALLERY
EVA MARIA GRAF
PRATERSTRASSE 9
A-1020 VIENNA
+43 664 1835133

GRAZ / AUSTRIA
GALERIE ARTMOMENTS
MAG. MARION FISCHER
PALAIS TRAUTTMANSDORFF
BUERGERGASSE 5
A-8010 GRAZ
+43 664 1000171

LIECHTENSTEIN / SWITZERLAND
THOENY
BAHNHOFSTRASSE 16
FL - 9494 SCHAAN
LIECHTENSTEIN
+ 42 3237 41 23

SWITZERLAND
INTERIOR CONSULTANT
Patrick Krausz
Sonnenbergstr. 8
CH - 7000 Chur
+41 79 257 2873

MUNICH / GERMANY
GALERIE MARAS
HORST MARAS
MAXIMILIANSPLATZ 18
D - 80333 MUNICH
+49 89 288 79791

NUERNBERG / GERMANY
GALERIE VOIGT
OBERE WÖRTHSTRASSE 1+ 8
D - 90403 NUERNBERG
+49 911-242 999 - 0

WIESBADEN / GERMANY
ART GALLERY WIESBADEN
SERVIE LEISEN
HÄFNERGASSE 2 / ECKE GOLDGASSE
D - 65183 WIESBADEN
+49 611 376269

COLOGNE / GERMANY
SAVOY HOTEL KÖLN
Turiner Straße 9
D - 50668 Köln
+49 221 1623-0

UNITED STATES

ELAINE BAKER GALLERY
THE GALLERY CENTER
608 BANYAN TRAIL
BOCA RATON, FLORIDA 33431
561 241 3050

GIOVANNI ROSSI FINE ART
ART AND OBJECTS OF DISTINCTION
(ANDREAS REIMANN REPRESENTATIVE)
2600 NW 2nd AVE
MIAMI, FLORIDA 33127
561 251 1375

CHRISTOPHER HILL GALLERY
1235 MAIN STREET
ST. HELENA, CALIFORNIA 94574
707 963 0272



IT'S ONLY
ROCK'N
ROLL, BUT
I LIKE IT!