

GALERIE

Raum für zeitgenössische Kunst

WEDDING

Hauptstadtrevier

Eine Ausstellung von Ilja Karilampi

17.04.2015 - 30.05.2015

Pressemappe

Inhalt

Allgemeine Presseinformationen
»Hauptstadtrevier«
von Solvej Helweg Ovesen (dt. / eng.)
Biografie Ilja Karilampi (dt./ eng.)

Galerie Wedding

Raum für zeitgenössische Kunst

Bezirksamt Mitte von Berlin
Amt für Weiterbildung und Kultur
Fachbereich Kunst und Kultur

Pressekontakt

Julia Zieger
T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

www.galeriewedding.de
www.facebook.com/galeriewedding

GALERIE

Allgemeine Presseinformationen

Berlin, 01.04.2015

Hauptstadtrevier

17.04.2015 – 30.05.2015

Eine Ausstellung von Ilja Karilampi

Kuratiert von Bonaventure Soh Bejeng Ndikung und Solvej Helweg Ovesen

Eröffnung am 16.04.2015 von 19 Uhr bis 22 Uhr

Begrüßung & Einführung

Sabine Weißler, Bezirksstadträtin für Weiterbildung, Kultur, Umwelt und Naturschutz
Dr. Ute Müller-Tischler, Leiterin der Galerie Wedding und des Fachbereichs Kunst und Kultur

Zur Ausstellung

Solvej Helweg Ovesen, Kuratorin der Ausstellung

DJ-Set

Anastasia Filipovna, Gründerin von Berlin Community Radio

Mit **Hauptstadtrevier** von Ilja Karilampi eröffnet am 16. April die zweite Ausstellung in der Reihe **POW** (Post-Otherness-Wedding) der Galerie Wedding – Raum für zeitgenössische Kunst. Die Ausstellung wird kuratiert von Solvej Helweg Ovesen und Dr. Bonaventure Soh Bejeng Ndikung.

Der in Göteborg geborene und in Berlin lebende Künstler Ilja Karilampi beschäftigt sich in seinen Werken mit popästhetischen Phänomenen, experimenteller Popmusik und urbaner Bildsprache.

Er verarbeitet Marken, Visitenkarten, Stadtwappen, Graffiti-Elemente wie auch »Nicht-Mainstream«-Kleidungsstücke und benutzt sie als Rohmaterial für seine fast »malerischen« Installationen. Seine Symbol- und Markensammlung präsentiert er nach außen sichtbar gleich im Schaufenster der Galerie Wedding. Als Künstler und Moderator bei Berlin Community Radio integriert er auch experimentelle Popmusik und bildende Kunst in seine Arbeiten, so wird im Verlauf der Ausstellung seine Radioshow »Downtown Ilja« aus der Galerie Wedding übertragen. Karilampi faszinieren das »normale Anderssein« vieler Erscheinungen und Persönlichkeiten der Popkultur wie auch die Sozialisierung durch Musik. Während der Ausstellung wird zum Beispiel das Seminar »Ist Techno konservativ?« veranstaltet. Der Künstler versteht sich selbst als »Detektiv«, der bei Tag und bei Nacht in der Großstadt unterwegs ist. Dabei gelangt er auch in Stadtteile, die auf den ersten Blick nicht durch Trends und die Sexyness des Urbanen bestechen, sondern gefühlt schon immer so waren, in denen der Alltag gelebt wird, die vielleicht gar nicht auffallen wollen und auf den Außenstehenden fast abweisend wirken. Hier gleicht das Leben auf der Straße einer Geheimsprache, die noch nicht entschlüsselt wurde. Karilampis Interesse gilt den Zeichen und »Brandings« der Viertel. Er untersucht Stadtbilder, als wären sie Tatorte oder Kriminalfälle, die es zu lösen gilt.

Was Ilja Karilampi entdeckt, transferiert er popästhetisch in seine Kunstwerke. Die Galerie Wedding, die ein Schaufenster nach innen und außen zugleich sein kann, spricht mit dieser Ausstellung auch Passanten an, zugleich vermischt sich die Ausstellung mit der Geschäftigkeit des Straßenraums. Die Grafiken im Schaufenster der Galerie sollen uns vertraute Marken immaterialisieren. Frei schwebend und unabhängig von ihren Produkten oder einem Zielpublikum, als verfeinerte Bildsprache, die Teil unseres Lebens ist, werden sie da präsentiert.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

In der Galerie Wedding führt der Künstler das Narrativ der Stadtbilder weiter aus; er präsentiert Schaufensterpuppen in bedruckter Strafenkleidung. Schwere weiße Metallketten auf dem Boden erzählen vielleicht vom »Hauptstadtrevier«, von einem Verbrechen? Für Passanten, die nachts unterwegs sind, wird die Ausstellung durch ein Stroboskop beleuchtet.

»Downtown Ilja« lautet der Titel des begleitenden Radio- und Musikprogramms. Ausgewählte aktuelle Musik in der Ausstellung eröffnet die Möglichkeit eines Dialogs zwischen Popmusik und Kunst. Im Rahmen von »Downtown« Ilja wird es Konzerte und Gespräche mit Musikern aus der Nachbarschaft geben, die an der Schnittstelle zwischen bildender Kunst und Popmusik arbeiten. Während des Gallery Weekend Berlin (01. – 03.05.) laden Künstler und Galerie zu Radiosendungen, Diskussionen und DJ-Sets mit Berliner Künstlern und Musikern ein.

Begleitende Veranstaltungen

Parallel zum Gallery Weekend Berlin 01. bis 03.05.2015

01.05.

15 – 16 Uhr **Radioshow** »Downtown Ilja 1. Mai Spezial« live aus der Galerie Wedding
17 – 19 Uhr **DJ-Set** Rupert, YYAA und Überraschungsgäste

02.05.

14 – 15 Uhr **Ausstellungsrundgang** mit der Kuratorin Solvej Helweg Ovesen und dem Künstler Ilja Karilampi
15 – 16 Uhr **Seminar** »Is techno conservative?« mit Silva Rymd (:// about blank), Nicolas Adomako (Bird On A Wire/Idiot Savant) und Ashiq Jahan Khondker (Musiker)

09.05. und 10.05. Der Künstler bietet zwei Fitnessstermine gemeinsam mit ihm an.

13.05.

19 – 22 Uhr **Screening** »Undercover« Polizeifilme aus dem New York der 1970er Jahre

22.05.

15 – 16 Uhr **Radioshow** »Hauptstadtrevier Spezial« live aus dem Studio von Berlin Community Radio

30.05.

19 – 21 Uhr **Finissage** Neue Musik wird präsentiert und die Galeriewand gemeinsam mit dem Publikum neu gestaltet
DJ-Set Lee Stuart (Berlin Community Radio)

Zu allen Veranstaltungen werden Snacks und Drinks angeboten.

Ilja Karilampi **Hauptstadtrevier** wird gefördert durch den Bezirkskulturfonds Berlin sowie den Ausstellungsfonds für Kommunale Galerien der Senatskanzlei für Kulturelle Angelegenheiten. Das Ausstellungsprogramm POW wird durch die Unterstützung des Bezirksamts Mitte von Berlin, Amt für Weiterbildung und Kultur, Fachbereich Kunst und Kultur, ermöglicht.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Hauptstadtrevier

17.04.2015 – 30.05.2015

Eine Ausstellung von Ilja Karilampi

Kuratiert von Bonaventure Soh Bejeng Ndikung und Solvej Helweg Ovesen

Hauptstadtrevier. Eine bunte Mischung aus Arbeitern, Studenten, Arbeitslosen, Künstlern, Musikern und Händlern bahnt sich tagein, tagaus ihren Weg durch den Wedding Berlins. Die Straßen hier sind Tag und Nacht belebt. Am Leopoldplatz in Wedding, wo jeden Tag dieselben Leute ihr Bier in der Sonne trinken, befindet sich die Galerie Wedding im 1928 erbauten Rathaus. Aufgrund der Glasfassade der Galerie ist das Innere des Ausstellungsraums definiert durch das Außen, das Geschehen auf der Straße. Die Ausstellungen – insbesondere diese – sollen das Publikum auch außerhalb der Galerie ansprechen und sich mit der Geschäftigkeit des Straßenraums vermischen. In diesem Kontext verortet sich die Einzelausstellung des in Berlin lebenden schwedischen Künstlers, Radiomoderators und DJs Ilja Karilampi.

Fast wie ein Detektiv wühlt sich Karilampi bei Tag und bei Nacht durch das moderne Berlin mit seinen verschiedenen Bezirken, von Wedding über Kreuzberg bis nach Schönefeld, immer bemüht um die Entzifferung oder die Schaffung von dichten, surrealen, fast unheimlichen Konstellationen urbaner Grafik. Eine sehr flüchtige Sprache, die uns gleichzeitig einbindet, die uns emotional und mental lenkt, ohne dass wir es bemerken. Berlin blickt wie wohl jede andere Stadt oder gar Nation zurück auf eine lange Reihe von Versuchen, sich selbst zu vermarkten, zu »branden«.

Karilampi untersucht diese Stadtbilder, als wären sie Tatorte, grafische Codes, die es zu entziffern, oder Kriminalfälle, die es zu lösen gilt. Er beobachtet Stile, Tags, die buchstäblich unsere Erinnerung taggen, Graffiti-Statements, die es zu übersetzen gilt, Hinweisschilder, Straßenschilder und überall eine Vielzahl von Marken, die wahrgenommen werden wollen. Karilampi begibt sich auf die Suche nach Mustern und ungewöhnlichen Konstellationen und implementiert sie popästhetisch in seine visuellen Kunstwerke.

Aufgewachsen mit Popmusik und Krimiserien, fühlt er sich zu Berlins Außenbezirken genauso hingezogen wie zum Zentrum mit seinen großen Fassaden. Der Künstler hat diese Ausstellung nach der populären Berliner Krimi-TV-Serie »Heiter bis tödlich – Hauptstadtrevier« benannt.

»Diese Detektivsache ist vielleicht ein romantischer Lebensstil, aber auch ein Bruch mit den Erwartungen – ich mag meine Freunde, die Rollenklischees aufbrechen oder gar ablehnen. Ich bin verrückt nach Undercover-Cop-Filmen aus NYC und interessiere mich für die Rolle von Detektiven in unserer Gesellschaft. Ich habe von diesem pensionierten Polizisten in Schweden gehört, der Kunst sammelt. Er hat in seiner Sammlung auch eine Glasscheibe von einer Bank, in die Räuber bei einem Überfall mit der Maschinenpistole ein Smiley geschossen haben!«

(Ilja Karilampi, 2014)

Als Hauptbestandteil der Ausstellung füllt Karilampi die breite Fensterfront der Galerie Wedding mit seiner großen Sammlung von Symbolen und Marken, die er in den letzten Jahren in Berlin gesammelt hat. Sie sind auf Silberfolie aufgetragen, um sichtbar und unsichtbar zur Straße hin zu schimmern.

Solvej Helweg Ovesen

Kuratorin von POW,
Galerie Wedding – Raum für
zeitgenössische Kunst,
Berlin, März, 2015

Übersetzung
von Saskia Köbschall

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Das Kunstwerk im Fenster heißt **Thinking of the Bundestag (New York, Ghana, Fischerinsel, Gate 57)** und besteht aus ineinander verdrehten Berliner Wappen mit dem Bären und seiner selbstreflexiven Entwicklung – zusammen mit Logos und anderen selbstgestalteten Grafiken. Die Sammlung erweist sich als ein biografischer Streifzug durch die Stadt und besteht aus einer Reihe von Bildern, mit denen der Künstler sich identifiziert oder vertraut fühlt.

Marken sind Karilampis »Rohmaterial«, wie es beispielsweise dem Sozialpsychologen und Kommunikationstheoretikern Jonathan E. Schroeder zufolge die Campbell's-Dosen für Andy Warhol waren. In seinem Essay »The Artist and the Brand« beschreibt Schroeder den engen Zusammenhang zwischen den Kompetenzen eines bildenden Künstlers und den Fertigkeiten, die für die Schaffung und Interpretation einer Marke nötig sind: »Die Verwendung des »Branding« durch Künstler trägt dazu bei, kulturelle Bedeutungen und Assoziationen zu artikulieren, die Marken ausmachen. Die Markenmanager haben keine vollständige Kontrolle über die Bedeutung der Marke, deshalb sollte es nicht überraschen, dass Künstler Ahnung von »Branding« haben, geht es doch dabei hauptsächlich um die Schaffung emotionaler Verbindungen und um Bildmanagement.«¹

Die Frage lautet: Warum hat Karilampi ausgerechnet diese Marken oder Symbole für die Ausstellung **Hauptstadtrevier** ausgesucht?

»Ich kann sie nicht wirklich Marken nennen – sie sind eher Nichtmarken –, da ich sie als Bilder benutze und ihre Tradition als Symbole oder Repräsentationen verwende. Im Hinblick auf die Motive mit einer starken Verankerung in der bildlichen Darstellung und deren Bedeutung für Berlin als Stadt – ich glaube, ein Gefühl dafür zu haben, wie spielerisch ein solches Symbol entstehen und sich über die Jahrhunderte verändern kann. Das nassen Bären aus dem 14. Jahrhundert (in den Berliner Wappen) haben etwas Archaisches – ähnlich wie der tanzende Bär von heute (...) Es kann eine Menge schiefgehen, wenn der Staat oder die Stadt eine Kampagne für ein Symbol initiiert (...).«

City-Branding, das zentrale Thema, ist ein Marketing-Mechanismus, der darauf abzielt, das Ansehen der Stadt oder der Nation zu verbessern, insbesondere in Bezug auf ökonomisches Wachstum. City- oder Nation-Branding ist in erster Linie etwas Gestalterisches, was den lokalen mit dem internationalen Handel verbindet, den Tourismus fördert und einen Weg für die Stadtverwaltung darstellt, „die kulturelle Identität zu bekräftigen“, wie Karen Fiss, Professorin für Visual Studies, schreibt.² Die Grafiken im Schaufenster der Galerie dienen dazu, diese uns vertrauten lokalen Marken zu immaterialisieren und eine Showdown-Präsenz für sie zu schaffen, frei schwebend und unabhängig von ihren Produkten oder einem Zielpublikum, als verfeinerte Bildsprache, die Teil unseres Lebens ist.

Innerhalb der Galerie führt der Künstler dieses Thema weiter aus; er präsentiert Schaufensterpuppen in Sweatshirts und einen alten Parka mit aufgestickten Marken, **Plainclothes Po-seurs**. Hier benutzt der Künstler das »Medium« Straßenkleidung, die er dann zeitaufwendig und gewissenhaft mit handgestickten Labeln gestaltet. Die Arbeiten an der Wand wiederum spielen mit der Deutschlandkarte sowie verlorenen und gefundenen Visitenkarten. Der Boden wird aufgeteilt durch schwere weiße Metallketten, welche die Umrisse eines verlorenen Objekts oder einer kommenden Aktivität markieren – **Veckans brott**, was auf Schwedisch »Verbrechen der Woche« bedeutet. Sie kreieren die sich verändernde Inszenierung für die verschiedenen Musikevents im Laufe der Ausstellung.

1 Vgl. Jonathan E. Schroeder: »The artist and the brand«, S. 1300 (www.emeralinsight.com/0309-0566).

2 Vgl. Karen Fiss: »Design in a Global Context« in: Design Issues (MIT Press, Cambridge, Mass.), 25 (2009), Nr. 3, S.3.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Downtown Ilja

Karilampi moderiert die wöchentliche Radiosendung **Downtown Ilja** im Berlin Community Radio. Die Übertragung von **Downtown Ilja** live aus der Galerie Wedding ist eine der wichtigen Aktivitäten des Ausstellungsprogramms. »Thematische Shows mit Gesprächen über Musik und über die Songs selbst – vom schwedischen Viking-Trance-Rap über Two Step aus den 90ern bis zu R'n'B, Instrumentals und anderen Clubhits aus den Charts«, so lautet die offizielle Beschreibung des **Downtown Ilja**-Radiomixes. Die Präsenz ausgewählter aktueller Musik in der Ausstellung eröffnet die Möglichkeit eines Dialogs zwischen Popmusik und Kunst. Das ist wichtig für die Arbeit des Künstlers.

Downtown Ilja wird Konzerte und Gespräche mit Leuten aus der Nachbarschaft veranstalten, welche an der Schnittstelle zwischen bildender Kunst und progressiver Popmusik arbeiten. Die Musiker/-innen, die Karilampi inspirieren, sind Faze Miyake (GB), der Instrumental-Dub-Musik macht und dem Karilampi seine letzte Show in Stockholm widmete, Madi Banja (SE), den er als »Dr Alban-Future sounding trance RnB« bezeichnet, Poliens (SE) mit »inventive deephouse« und Giggs (GB) mit »Grime«.

Für das Radioprogramm wählt Karilampi Künstler/-innen aus, die Musik und Kunst zusammenbringen, so zum Beispiel Nuzia (DE), ein Rapper/Sänger mit ghanaischen Wurzeln, TCF (DE/NO), ein norwegischer Musiker und Performer, der »algorithmic techno« produziert, und Dan Bodan (DE/CA), ein Künstler, der »crooner dance music« macht. Während des Gallery Weekend Berlin (01. – 03.05.) wird es Radiosendungen, Diskussionen und DJ-Sets mit Berliner Künstlern und Musikern geben. Auf die Frage, warum das Radioprogramm und die Musikstile relevant seien, antwortet Karilampi:

»Wie bei anderen Dingen auch sind Erneuerung und Veränderung das Wichtigste, und ich fühle mich zu moderner, progressiver Musik generell hingezogen. Techno kann manchmal konservativ sein, weil die deutsche Szene nur Vinyl oder eine bestimmte Art von Partys zulässt und alles, was wegen der Klangqualität oder dem Format nicht berücksichtigt wird, ignoriert.«

Techno und wie er bei Partys gespielt wird schließt manchmal feinere progressive und internationale elektronische Musikstile wie Grime, Hip-Hop und Soul aus. Das sind Stile, die zum Beispiel von nichtwestlichen Musikern und Traditionen geprägt sind, die aber auch die Bevölkerung in Wedding widerspiegeln könnten. Was also ist die Korrelation zwischen Popmusik und Kunst, die hier wichtig ist? Popmusik, oder wie auch immer man diese Musik nennen will, ist Teil unserer Sozialisation heutzutage, zumindest der unter Sechzigjährigen. Wie die amerikanische Kulturkritikerin Bell Hooks es ausdrückt: »Ob wir über Rasse sprechen, über Geschlecht oder Klasse, Popkultur ist der Ort der Erziehung, wo es was zu lernen gibt.«³

In diesem Sinne kann auch Karilampis Videoarbeit aus dem Jahr 2011 **h00dumentary** gesehen werden, die ebenfalls in der Ausstellung gezeigt wird. Sie ist ein gutes Beispiel dafür, wie der Künstler eine Popkultur-Ikone wie »Dr Dre« benutzt, um über Themen wie sozialen Wohnungsbau oder Klassenunterschiede zu sprechen. Der Titel **h00dumentary** suggeriert ein neues Filmgenre, zwischen Dokumentarfilm über eine Nachbarschaft (»hood«) und einem »mockumentary« über »Dr Dre«, der als Architekt eines Sozialwohnungsbaus ausgegeben wird.

³ Bell Hooks: »On Cultural Criticism«, Media Education Foundation, www.mediaed.com, 2005, S. 2 (www.mediaed.com)

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Popmusik ist auch eines der ersten und wohl prägendsten kulturellen Formate, in denen Unterschiede jongliert werden, ein Genre, das die Idee des »Post-Other« schon seit Jahrzehnten praktiziert. Verpackt als ein »apolitisches«, rein ästhetisches Format, jenseits jeglicher Machtstrukturen, gewinnt Popmusik Zugang zu den Massen und schafft es trotzdem, uns alle auf individueller Ebene anzusprechen. Und so entsteht kultureller Fortschritt.

Der Berliner Popmusik-Theoretiker Diedrich Diederichsen behauptet, dass das Verlangen nach ästhetischem und kulturellem Fortschritt und unorthodoxer Kreativität starke Überschneidungen zwischen Popmusik und zeitgenössischer Kunst schaffe. In seinem neuesten Buch, „Über Pop-Musik“, 2014, argumentiert er zum Beispiel, dass die Ziele, die bildender Kunst und Popmusik gemeinsam seien, in dem ästhetischen Wert von Unvollkommenheit (geschaffen aus Fragmenten) und der Entwicklung von progressiven Konzepten liegen.⁴

Für Karilampi ist es vielleicht der musikalische Einfluss, auf einer Sub- und Metaebene, der in seiner Arbeit zum Ausdruck kommt, indem er die Stadt erforscht, sich von Clubs und Neonlichtern für seine Kunstinstallationen inspirieren lässt. Das Licht – zum Beispiel Schwarzlicht – und Leuchtfarben sind elementare Bestandteile seiner künstlerischen Arbeit. In **Hauptstadtrevier** benutzt er Stroboskoplichter, um die Ausstellung auch nachts „offen zu halten“. Vom späten Abend bis zum frühen Morgen wird die Ausstellung alle paar Sekunden erhellt und so zu einer unheimlichen Bühne oder einem Pop-up-Bereich, der rhythmisch aus der Dunkelheit auftaucht.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

⁴ Vgl. Diedrich Diederichsen: »Über Pop-Musik«, Köln 2014, S.346

GALERIE

Hauptstadtrevier

17.04.2015 – 30.05.2015

An Exhibition by Ilja Karilampi

Curated by Bonaventure Soh Bejeng Ndikung und Solvej Helweg Ovesen

Solvej Helweg Ovesen

Curator of POW,
Galerie Wedding – Raum für
zeitgenössische Kunst,
Berlin, March 2015

Hauptstadtrevier. Capital district. A mixed crowd of workers, students, unemployed people, artists, musicians, as well as merchants all hustling their way through the day in one of Berlin's central districts. Here the streets are busy day and night. On Leopoldplatz in Wedding, Berlin, where the same group of people always have their beer in the sun, is Galerie Wedding as part of the 1928 city hall building. Due to the glass facade of the gallery the inside of the gallery space is just as much defined by the outside. In another way the exhibitions - especially this one - are created to address the audience outside the gallery, who might not even enter, and to mingle with the visual economy on street level. This is the kind of territory that this solo exhibition by Berlin-based Swedish artist, radio host and DJ, Ilja Karilampi, establishes itself within.

As an unorthodox detective Ilja Karilampi ferrets visual markers of contemporary Berlin in its different districts from Wedding, Kreuzberg to Schönefeld, from nightlife to daylight activities, in order to decipher or create dense surreal if not »unheimliche« constellations of urban graphics. A language that has a tendency to »disappear«, but of course ties us in and presets our minds emotionally and mentally sometimes without our knowing. Berlin, just like other cities and even states, has a long trajectory of branding itself.

Karilampi looks at these city visuals as if they were »crime scenes«, graphic codes to break or cases to solve in the city, styles to be observed, tags that literally tag in your memory, graffiti statements to be translated, institutional signage to be remembered, street signage as well as the myriads of brands everywhere to be carefully studied. Looking for patterns and unusual constellations, Karilampi injects these signifiers implementing a pop-aesthetic in his visual artworks. Socialised with pop-music and crimes series, and drawn just as much to the outskirts and 'hearseit' of Berlin as to the centre and its upfront facades, the artist titled the exhibition after the popular Berlin shot crime TV series »Heiter bis Tödlich - Hauptstadtrevier«.

»The detective thing is maybe a romantic lifestyle, but also a break with the expected - I like my friends who push and reject the cliché roles. I'm just obsessed with NYC undercover cop movies and also what roles the detectives have in society – heard about this retired police officer in Sweden who collects art – but he also has a glass window from a bank which some robbers sprayed a machine gun smiley sign into, in his collection.«

(Ilja Karilampi, 2014)

As the foreground part of his exhibition, Karilampi occupies the wide facade windows of Galerie Wedding with a large personal collection of symbols and brands collected in Berlin over the last years. They are plotted in silver foil to shimmer as both a visible and invisible presence towards the street. The complete new window piece is called **Thinking of the Bundestag (New York, Ghana, Fischerinsel, Gate 57)**, and consists of twisted coats of arms of Berlin with the bear and its self-reflective development together with logos and other self-made graphics. The collection reveals a biographical stroll through the city and a series of images that the artist somehow identifies to or feels familiar with.

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Brands are his ›raw material‹ like it was in e.g. Andy Warhol's »Campbells« series as social psychologist and communication theorist Jonathan E. Schroeder rightfully suggests in his essay »The Artist and the Brand« Furthermore Schroeder unwraps the close connection between the competences of visual artists and the skills needed to create or especially interpret a brand, where he states that »artists' use of branding helps articulate cultural meanings and associations that constitute brands. Brand managers do not exert total control over brand meaning. (...) It should be no surprise, then, that artists know a little about branding, which is all about making emotional connections and image management«¹ The question is why Karilampi selected exactly these brands or symbols used for

Hauptstadtrevier?

»I can't call them brands – rather non-brands –, because I use them as images and the tradition they carry as icons or representations. Regarding the motifs with a strong anchor in pictorial depiction and their meaning for the city of Berlin – I think I have an identification with how playful such a symbol can come about, and the small changes throughout the centuries. There is something archaic about the wet wild boar from the 14th century (as in the city arms of Berlin) – in an equal way as a dancing bear or so, from today. (...) Philosophically there's so many things that can go wrong when a state or a city runs a campaign for a symbol (...)«

City branding, which is a key theme, is a branding mechanism that aims to improve the city's or nations standing especially in terms of economical profit. City or nation branding is first and foremost a design activity connecting the local to international commerce including tourism as well as a way of »reinforcing cultural identity« from the party of the city administration or state as Karen Fiss, Professor of Visual Studies, depicts it.² The selected graphics on the gallery's windows serve to immaterialise the local brands we know and create a showdown presence for them, free floating and detached from their product or target, as a refined imagery that is part of our lives.

Inside the gallery space the artist expands on this theme and exhibits mannequins wearing sweatshirts and an old parka with brands embroidered on them, **Plainclothes Poseurs**, – again tapping into a the very important pop-cultural and underground media, street clothing, but combining it with the time consuming and careful handmade stitching of the brands. The works on the wall play with the German map, and lost and found laminated business cards. The floor is divided by heavy white metal chains that mark the shape around a missing object or coming activity, **Veckans brott**, which means »crime of the week« in Swedish. They create the shifting scenography for the different music events that willtake place throughout the exhibition.

Downtown Ilja

As Karilampi is hosting the weekly radio show **Downtown Ilja** on Berlin Community Radio, the main activity in the exhibition space is the live radio transmission of **Downtown Ilja** from Galerie Wedding. »Themed shows with talks on music and the chunes themselves – ranging from Swedish viking trance rap, 90's twostep garage, RnB, instrumentals, and other club hit bangers off the charts« is the official description of the **Downtown Ilja** radio mix. Bringing the presence of select contemporary music into the exhibition format opens the opportunity of a dialogue between pop-music and art. This is essential to the work of the artist.

1 Schroeder, Jonathan E. In The Emerald Research register www.emeralinsight.com/0309-0566, »The artist and the brand«, p. 1300

2 Fiss, Karen, »Design in a Global Context«, 2009 Massachusetts Institute of Technology Design Issues: Volume 25, Number 3 Summer 2009, p.3

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Downtown Ilja will host concerts and conversations with local people, who work on the verge of visual art and progressive pop-musical genres. The kind of musicians that inspire Karilampi are Faze Miyake (GB), to whom he dedicated his last show in Stockholm and who does instrumental club vocalist music; Madi Banja (SE), who he describes as »Dr Alban-Future sounding trance RnB«; Polisen (SE) "inventive deephouse" or Giggs (GB) "Grime".

For the radio program he is looking into the Berlin scene for people who embody the mix of art and music such as Nuzia (DE), a rapper/vocalist with Ghanaian roots; TCF (DE/NO) a norwegian musician and visual arts performer, who composes »algorithmic techno«, and Dan Bodan (DE/CA), an artist creating »crooner dance music«. During the Gallery Weekend in Berlin and 1st of May, an event program with radio broadcast, discussion and DJing with local artists and musicians is set up. Touching upon the question of why the radio program and music styles presented is relevant, Karilampi says:

»Well as with anything else, renewal is key and I´m drawn to all kinds of modern music culture, and per se the progressiveness of it. Techno can be conservative sometimes when the German scene only allows vinyl, or those kinds of parties, because it misses out on things that due to sound quality or format would be disregarded.«

The point being that techno and it's format might exclude contemporary nuanced progressive and international electronic and vocal styles that also come out of e.g. non-western music traditions, which might also mirror the population in Wedding. So what is really the correlation between Pop-music and art that is important here? In a bigger scope Pop-music, or whatever you choose to call it, is part of the socialisation of almost everybody under 60 today. As American social activist Bell Hooks states, »whether we're talking about race, gender or class, popular culture is where the pedagogy is, where the learning is.«³

Along this line the early video work, **h00dumentary**, 2011, by Karilampi, which is also screened in the show, is a good example of how the artist uses a pop-culture icon like the rapper Dr Dre in a semi-fiction to talk about themes as social housing and class. The title **h00dumentary** suggests a new film genre between documentary of a (neighbour-)hood, a mockumentary about celebrity myth Dr Dre, who is fictionally featured as an architect of social housing.

Pop-music is also as we know it one of the first and best forms of orchestrating difference – a field in which the figure of the »Post-Other« is in practise since decades. Wrapped as an officially »powerless«, »non-political« purely aesthetic format Pop-music gains access to the masses and still manages to speak to us individually from all kinds of perspectives. Berlin-based Pop Theorist Diedrich Diederichsen suggests that the craving for aesthetic and cultural progression and unorthodox ways of creation generate very significant cross overs between Pop-music and contemporary art. In his latest book »Pop-Musik«, 2014, he argues that the shared aesthetic goals of installation art and Pop-music is imperfection (e.g. a product made of fragments) and progression.⁴

For Karilampi maybe it is a sub- and meta-musical influence that comes across in his artwork when he researches in the city and creates the spatial imaginary that he adopts from e.g. clubs and neon lights when he stages his objects in his art installations. The light setting – e.g. black light – and fluorescent colours are very important elements.

In **Hauptstadtrevier** he is using stroboscope light to keep the exhibition on at night. From late in the pm to early in the am the exhibition is lit every other second, and the exhibition becomes a mystic stage or pop up territory, which is rhythmically brought out of the dark.

³ Bell Hooks: "On Cultural Criticism, Media Education Foundation, www.mediaed.com, 2005, p.2

⁴ Diederichsen, Diedrich, „Pop-Musik“, Kiepenheuer & Witsch, Köln 2014, »Absolute Pop-Musik: Pop-Musik als Zeitgenössische Kunst«, p. 346

Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Biografie / Biography **Ilja Karilampi (SE)**

*1983, Göteborg, Sweden

Lebt und arbeitet in Berlin & Schweden/ Lives and works in Berlin & Sweden

Ausbildung/ Education

2005-2010

Meisterschüler, HfBK Städelschule, Frankfurt am Main

2008-2009

Royal Institute of Art, Stockholm

Einzelausstellungen (Auswahl)/ Solo exhibitions (Selection)

2015

»Faze Miyake«, Belenius / Nordenhake, Stockholm

2014

«new releases«, Sandy Brown, Berlin

»Xxxercise«, Suzanne Geiss Company, New York

»SweSh XPress«, Marbriers 4, Geneva

»President Room«, CO2, Torino

2013

»Medulla oblongata«, Woodmill, Bermondsey, London

»Hendrix Incident«, IBB-Lounge, Berlinische Galerie, Berlin

»NYC CTTV CT TV VT CC«, Leslie Fritz, New York

2012

»GCHAT«, mit Axel Petersén, Maze9, Tel Aviv

»If the world was to end tomorrow.../... «, New Jerseyy, Basel

»The Chief Architect of Gangsta Rap«, MoMA PS1, New York

2011

»h00dumentary«, On-Blocks, Sandy Brown, Berlin

»H00dumentary«, CBK Zuidoost, Bijlmer, Amsterdam

Gruppenausstellungen (Auswahl)/ Group exhibitions (Selection)

2015

»Lunch Bytes«, performance, HKW, Berlin

»Live Arts Week IV,« MAMbo, Xing, Bologna (april)

»Trust«, Copenhagen Triennial, Copenhagen (sept)

2014

»Kiria Koula«, San Fransisco

»The Moving Museum«, Istanbul

»Sunbathers II«, 1857, Oslo

»911,000 BC«, Grand Century, New York

2013

»The Cock-crow«, CO2, Torino

»Liq-8«, Sandy Brown, Berlin

»Collapse«, Fluxia, Milano

2012

»The Book Lovers«, M HKA, Antwerp

»Realness Respect«, steirischer herbst, Graz

»Domino Effec«t, Galerie Catherine Bastide, Brussels

2011

»based in Berlin«, Kunst-Werke, Berlin

»Appendix Lecture Series«, Columbia University, New York

Publications

»The Hunter in the Armchair«, ISBN: 978-83-933762-4-7, 72 pages, Edition of 400, Morava Books, Poznan, Poland, 2012



Pressekontakt

Galerie Wedding
Raum für zeitgenössische Kunst
Julia Zieger

Müllerstraße 146 – 147
13353 Berlin

T (030) 9018 42385
F (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de
www.galeriewedding.de

WEDDING

GALERIE

Galerie Wedding

Raum für zeitgenössische Kunst

Bezirksamt Mitte von Berlin
Abteilung für Weiterbildung,
Kultur, Umwelt und Naturschutz
Amt für Weiterbildung und Kultur
Fachbereich Kunst und Kultur

Leitung

Dr. Ute Müller-Tischler
T (030) 9018 33408
F (030) 9018 488 33408
ute.mueller-tischler@ba-mitte.berlin.de

Programmkoordination

Kathrin Pohlmann
T (030) 9018 42386
Fax (030) 9018 488 42386
pow@galeriewedding.de

Pressekontakt

Julia Zieger
T (030) 9018 42385
Fax (030) 9018 488 42385
presse@galeriewedding.de

Besucherservice

T (030) 9018 42388
post@galeriewedding.de

Müllerstraße 146–147
13353 Berlin

Öffnungszeiten

Di – Sa
12 – 18 Uhr

Die Galerie ist barrierefrei
zugänglich.

Der Eintritt ist frei.

www.galeriewedding.de
www.facebook.com/galeriewedding

WEDDING