

THANKS FOR SHARING!

ARTZINE AUSSTELLUNG & SYMPOSIUM

8. — 30.05.2010

ntlich
ach
rt
ch
zines
nungen
azine
lage
nes
um

INSERT

EINLEITUNG / INTRODUCTION

BILDETEIL / IMAGES

Ausstellung / *Exhibition*

Symposium

Workshop

Ausstellungsarchitektur / *Display units*

BOOKLET

TEXTE ZUM SYMPOSIUM / SYMPOSIUM TEXTS

S. 03 / p. 01

CHRISTIAN SCHMIDT

Fanzines

S. 07 / p. 05

MARIE LAMMERS

50/50

S. 09 / p. 07

OLIVER KIELMAYER

Der Dritte Raum

S. 11 / p. 09

ALAIN BIEBER

GuteSeiten

S. 17 / p. 14

JAN WENZEL

Spector cut+paste

S. 27 / p. 18

URS LEHNI & STEFAN MARX

Rollo Press & The Lousy LivinCompany

S. 30

ZINE INDEX

A-Z



ZINE

Mit einem Zine – Abk. von Fanzine – ist in der Regel eine nicht-kommerzielle Publikation mit niedriger Auflage gemeint, die eigene oder angeeignete Texte und Bilder enthält. / *A zine – a contraction of the word fanzine – is most commonly a small circulation, non-commercial publication of original or appropriated texts and images.*

CHRISTIAN SCHMIDT

Christian Schmidt, der lange Zeit beim Berliner Archiv für Jugendkulturen den umfangreichen Fanzine-Bestand betreut hat, sprach in seinem Vortrag zu Beginn des Symposiums über Geschichte und Bedeutung von *Fanzines*.

D21: Woher kommt der Begriff Fanzines?

CS: Fanzine setzt sich eigentlich aus *fanzin* [a]zine zusammen. Es handelt sich dabei um Hefte, die von Fans für Fans einer bestimmten Szene herausgegeben wurden – Fans, die eine Leidenschaft mit haben für ein bestimmtes Thema und das weniger aus kommerziellen Gründen gemacht haben. Was dann diese Leidenschaft sein kann, das ist wirklich ungeheuer vielfältig. Das kann sein: ein bestimmter Musikstil, ein Filmgenre, bestimmte Literatur, aber ich habe auch schon Fanzines gesehen, die handelten nur von einer bestimmten Motorrad-Marke.

Der Begriff Fanzine selbst taucht das erste Mal in der US-amerikanischen Science-Fiction-Szene auf. Dort hatte sich um 1920 herum eine bestimmte Fangemeinschaft gegründet, die an Science-Fiction-Erzählungen interessiert war. Science-Fiction-Erzählungen beinhalten eben damals, vor allem in den USA vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Depression, ein utopisches Moment, so ein Entfliehen-Können, und gleichzeitig ging es um die Frage:

„Wie will man eigentlich leben in Zukunft?“

Es gab ein kommerzielles [Science-Fiction-]Magazin. Das hieß *Amazing Stories*. Dort wurden auch massenhaft Leserbriefe abgedruckt, wodurch dann eine Diskussion unter den Fans zustande kam, darüber, ob das denn alles tatsächlich so sein könnte und ob denn bestimmte Geschichten wissenschaftlich fundiert seien.

„Könnte das im Jahr 2050 wirklich passieren, dass Menschen im All atmen können?“, etc.

Und diese Fans hatten irgendwie keinen Platz mehr in *Amazing Stories* und haben angefangen, dann auch eigene Geschichten zu schreiben und Fanclubs zu gründen. Der erste Fanclub in den USA war der *Science Correspondence Club*, der mehrere Filialen hatte. Die Filiale in Chicago hat dann schließlich im Mai 1930 ein Fanzine, [das damals noch nicht so hieß] namens *The Comet* herausgebracht. Das waren so eine Art Club-Nachrichten. Da haben die Autoren selber Geschichten geschrieben und untereinander diskutiert. Im Oktober 1940 hat ein Science-Fiction-Fan namens Lewis Russel Chauvenet ein Fanzine herausgegeben, das sich *Detours* nannte. Dort hat er unter anderem gesagt:

„Das, was ich mache, das ist ein Fanzine – ganz bewusst in Abgrenzung zu den kommerziellen Magazinen wie *Amazing Stories*.“

D21: Was kam nach den Sci-Fi-Zines?

CS: Der Begriff Fanzine war bis in die 1960er Jahre eigentlich immer nur an Science-Fiction gebunden. In anderen Szenen gab es diesen Begriff eigentlich gar nicht. Das änderte sich dann erst allmählich mit dem Rockmusik-Heft *Crawdaddy!*, das erstmals 1965 in Boston erschien und von dem Science-Fiction-Fan Paul Williams herausgegeben wurde.

Ein anderes frühes Rockmusik-Fanzine, *Who Put the Bomb*, erschien 1969 das erste Mal und hatte 1978 eine erstaunlich hohe Auflage von 25.000 Stück. Das ist eigentlich unglaublich für jemanden, der ein Fanzine als Hobby macht. Das war auch der Grund, warum Greg Shaw, der Herausgeber, dann 1979 damit aufgehört hat, weil es zuviel Arbeit war und er schlicht und einfach keine Lust mehr hatte. Dieses Lustprinzip war damals und ist heute noch zentral. Wenn es weg ist, gibt es die Motivation für ein Fanzine einfach nicht mehr.

Mit Punk hat dann eine Entwicklung innerhalb der Fanzine-Landschaft eingesetzt, die ganz enorm war. Und zwar gab es da eine regelrechte Explosion des Mediums, was auch an einen bestimmten Ansatz von Do-it-yourself, also dem Aufruf zum Selbermachen beim Punk, lag. Es war ganz klar:

„Du hast die Möglichkeit, also bringst du es einfach raus.“

Das Credo dabei war:

„Die Repräsentation von Punk in den Medien gefällt uns nicht, wir wollen etwas Eigenes machen.“

Und tatsächlich entstand dann eine regelrechte Flut an Fanzines.

D21: Was ist das Besondere an den Punk-Zines?

CS: Was diese Hefte ausgelöst haben, war eine ganz enorme Experimentierfreude, sowohl was Medienformate anging als auch in Bezug auf Schreibweisen. Sie erschienen zum Teil in Alufolie, in eingeschweißten Papiertüten, die man erstmal aufschneiden musste, oder als Papierrollen, die man nur länglich lesen konnte etc. Mit Schreibweisen haben die Macher experimentiert, indem sie zum Beispiel vollkommen erfundene Interviews abgedruckt haben oder ihre Bands, die es eigentlich nur als Idee gab, so hoch gefeiert haben, dass alle dachten, die existieren tatsächlich. Da gab es auch ganz viele Möglichkeiten, sich selbst ein Image zuzulegen, das zu pflegen und sich selbst zu inszenieren.

Ein Grund, warum sich das mit Punk so weiterentwickelt hat, war auch der technologische Fortschritt. Das Fotokopierverfahren war einfach freier zugänglich geworden. In der BRD gab es Ende der 1970er bzw. Anfang der 1980er Jahre erste Copyshops. Vieles war dann auch so konzipiert: Ich schreibe ein Heft, am nächsten Tag wird es veröffentlicht, ich gehe auf ein Konzert, verkaufe es – und dann wird es eigentlich weggeschmissen. Das war Wegwerfware. Deswegen ist es auch unheimlich schwierig an diese ganz frühen Hefte noch heranzukommen. Eine Entwicklung, die Ende der 1980er eingesetzt hat, war, dass sich das Desktop-Publishing, also das Layouten am Computer, immer mehr durchgesetzt hat.

Dadurch hat sich auch die Ästhetik dieser Hefte eher kommerziellen Magazinen angeglichen. Druck war nicht mehr so teuer wie noch zehn, zwanzig Jahre vorher und dadurch kam es zu einer ästhetischen Angleichung.

Und was hinzukommt: Die Themen, die früher in Fanzines verhandelt wurden, fanden langsam, ab den 1990er Jahren, auch ihren Weg ins Feuilleton. Dadurch haben Fanzines die Informationshoheit verloren, die sie einmal innehatten. Irgendwelche abgefahrenen Grindcore-Bands wird man immer noch nur in Fanzines finden, aber es ist nicht unwahrscheinlich, dass man zum Beispiel etwas über Noise-Künstler wie *Merzbow* auch in Feuilletons überregionaler Tageszeitungen liest.

D21: Wie hat sich dann die zunehmende Verbreitung des Internets auf die Fanzine-Landschaft ausgewirkt?

CS: Viele Print-Zines sind ins Netz gegangen als E-Zines oder Web-Zines. Doch die Beziehung zwischen Internet-Zines und Print-Zines war am Anfang schwierig. Es gab natürlich viele Aversionen und Ressentiments:

„Nein, man möchte nicht ins Netz, man möchte das Ganze lieber im Original lassen, da hat man viel mehr Möglichkeiten etc.“

Aber es hat sich herausgestellt, dass es auch Synergieeffekte gibt, zum Beispiel wenn ich einen Text lese und dann die Möglichkeit habe, gleichzeitig auch noch einmal auf ein Video im Webbereich zurückzugreifen oder auf Mp3s etc. Und natürlich gibt es auch Kombinationen zwischen gedruckten Heften und Heften, die nur im Netz erscheinen.

Außerdem existieren mittlerweile im Netz *ZineWikis* zur Geschichte von Fanzines oder eine Auflistung, den *Fanzine-Index*. Es gibt Fanzine-Podcasts und letztlich kann man Weblogs natürlich auch als Weiterführung der Fanzine-Idee deuten, also diese radikale Subjektivität, die sich da zum Ausdruck bringt, die man vorher schon in Fanzines hatte. Hier zeigt sich, dass das Do-it-yourself-Prinzip, das allen Fanzines unterliegt, nicht an ein bestimmtes Medium gekoppelt ist, sondern immer wieder Chancen hat, auf neue Medien übertragen zu werden und dort auch völlig neue Ausprägungen zu finden.

D21: Welche Funktionen hatten und haben Fanzines?

CS: Das zentrale Prinzip der Fanzines ist das Do-it-yourself-Prinzip, dieser Drang nach Eigeninitiative: also anstatt nur passiver Konsument von Marktangeboten tatsächlich aktiver Produzent von kulturellen Bedeutungen und Produkten zu sein und dadurch auch einer gewissen Repräsentationsweise in den

In einem der
eingesandten
Artzines steckte
ein Zettel mit
der unmissver-
ständlichen
Aufforderung:
„Lest Zines,
nicht Blogs.“

READ
ZINES
NOT
BLOGS

etablierten Medien entgegenzutreten. Ein zweites wichtiges Prinzip von Fanzines ist diese radikale Subjektivität, die Selbstinszenierung. Gerade bei den frühen Fanzines gab es immer wieder Inszenierungen als Star:

„Ich bin der Größte, der Tollste etc.“

Das zeigt auch, dass in den Fanzines die Möglichkeit existiert, sich auf seine eigene Weise zu repräsentieren und sich ein Stück weit neu zu erfinden. Damit bietet es auch Anschlussmöglichkeiten für Zwecke der alltagspolitischen Selbstermächtigung.

Das wird vor allem an den *Riotgrrrl*-Fanzines in den USA deutlich. Anfang der 1990er hat sich in den USA aus der Punk-Hardcore-Szene, eine Gruppe feministischer Punks herausentwickelt, die gesagt haben:

„Wir wollen nichts mehr zu tun haben mit diesen chauvinistischen Haltungen innerhalb des Punks. Wir wollen etwas Neues machen, wir wollen uns sichtbar machen.“

Neben der Musik von Bands wie *Bikini Kill* und *Team Drasch* entstanden auch viele Fanzines, unter anderem eines, das diesen Begriff *Riot Grrrl* geprägt hat.

Diese Fanzines hatten zweierlei Funktionen: Einmal, Themen anzusprechen und Erfahrungen auszusprechen [was in anderen Medien nicht möglich war], zum Beispiel Erfahrungen sexualisierter Gewalt, Erfahrungen von autoaggressivem Verhalten, Erfahrungen von Essstörungen etc. und sich dadurch selbst eine Stimme zu geben. Die andere Funktion war, in diesen Erfahrungsaustausch zu treten und damit überhaupt erst kollektiv handlungsfähig zu werden.

Funktionen von Fanzines sind heute sehr widersprüchlich. Einerseits bieten sie durch diese radikale Subjektivität und Selbstermächtigung emanzipatorisches Potenzial, also Potenzial, sich selber zu erheben. Andererseits gibt es auch eine gewisse Passgenauigkeit zur herrschenden Ökonomie bzw. herrschenden Ideologie. Die Do-It-Yourself-Idee von Fanzines basiert auf Prinzipien wie Eigeninitiative, Autonomie und einer Aufhebung der Trennung von Arbeit und Freizeit. Diese Prinzipien fordert die herrschende Ökonomie von ihren Subjekten heute aber geradezu ein. Selbstermächtigung und -entmächtigung liegen da nahe beieinander. Darüber muss man sich im Klaren sein, wenn man heute über die Bedeutung und die Funktionen von Fanzines spricht.

20 x Fanzines
8 x eigentlich
6 x etc.
6 x Punk
6 x tatsächlich
5 x Begriff
5 x Fans
4 x Funktionen
4 x Hefte
4 x Medien

MARIE LAMMERS

Marie Lammers lebt und arbeitet als freie Grafikdesignerin in Berlin. Für ihr Diplom im Jahr 2009 hat sie ein Zine mit dem Titel *50/50* entworfen und umgesetzt [Bilder unter www.marielammers.de/diplom.html].

D21: Wie ist *50/50* aufgebaut?

ML: Bei *50/50* handelt es sich um ein bithematisches Zine mit dem Thema „Ich und Du“. Das Zine ist in etwa 200 Seiten stark und besteht aus zwei Polen. Ich habe die beiden Teile des Hefts über den Umschlag zusammengebunden. In der Mitte kann es anhand einer Perforation getrennt werden. Die Trennung der Pole habe ich auch dadurch dargestellt, dass ich auf unterschiedlich farbiges Papier gedruckt habe. Die Pastelltöne, die ich für das Papier haben wollte, konnte man nur in relativ großen Mengen ordern – und nur in 80g und in 120g. Bei 80g schimmerte alles ein bisschen durch und 120g wären zu stark gewesen, um das Heft zu binden.

Ich habe dann mein typografisches Konzept darauf aufgebaut und hinter jede Headline eine Linie gelegt: Am Anfang des *Du*-Hefts ist diese Linie ganz dick und von Text zu Text werden die Linien immer dünner. Beim *Ich*-Heft ist das umgekehrt, so dass die Annäherung der beiden Pole darüber klargemacht wird.

D21: Was unterscheidet für dich ein Artzine von einem Magazin?

ML: Zu Beginn wusste ich gar nicht, ob ich ein herkömmliches Magazin machen möchte oder ein Artzine. Dann habe ich erstmal die Begrifflichkeiten für mich geklärt.

Ein Magazin ist ja ein Medium, das in regelmäßigen oder unregelmäßigen Abständen herausgebracht wird. Es gibt zwar viele Gestaltungsfreiräume, aber auch viele Richtlinien, wie die Einteilung in Rubriken, eine funktionierende Navigation, redaktionelle Vorgaben etc. Am Ende ist es ein konsumorientiertes Medium mit einem starken CI, hinter dem ein großes Verlagshaus steht.

Beim Zine ist das anders. Es ist ein Nischenprodukt weitab vom Mainstream-Magazinmarkt. Es gibt keine Richtlinien. Mit den einfachsten Mitteln werden die Hefte gestaltet. Und da es sich um mein Diplom handelte, wollte ich, dass meine Experimentierfreude und meine Individualität im Vordergrund stehen. Außerdem wollte ich auch etwas Praktisches machen und nicht nur den ganzen Tag vorm Rechner sitzen, also Zeichnungen und Illustrationen einbinden.

D21: Woran hast du dich orientiert?

ML: Es gab zwei Magazine, die für mich sehr wichtig waren: Einmal die *twen* aus den 1970er Jahren, gestaltet von Willy Fleckhat, weil er es geschafft hat, dass der Idealismus der Macher spürbar wird. Dazu passt ein Zitat, was die Zine-Philosophie gut widerspiegelt:

„*twen* soll Spaß machen, und zwar, denen, die es lesen, und denen, die es machen.“

Das zweite Heft, das für mich sehr wichtig war, ist die *dummy*, ein monothematisches Heft. Ich habe dabei gemerkt, dass es trotz der Reduzierung auf einen Themenschwerpunkt nicht langweilig werden muss. Das *Ich*-Heft der *dummy* beschäftigt sich mit demselben Thema wie ich in meiner Diplomarbeit, aber im Unterschied zu meinem Ansatz mit zwei Schwerpunkten zu arbeiten, unterteilte die *dummy* das ‚Ich‘ in drei Aspekte: Me, Myself and I, Ich und die Anderen und Ich ist ein Anderer. Ich wollte vielmehr die Abhängigkeit der beiden Pole, der Hefte, die aufeinander zulaufen, darstellen. Wichtig war für mich die fast immer gegenwärtige Anwesenheit des Du oder des Gegenübers.

D21: Wie werden die Inhalte im Heft vermittelt?

ML: Da das Format des Hefts insgesamt ziemlich klein ist – das traditionelle Fanzine-Format ist Din A5 – habe ich mich auch für kurze Texte entschieden, unter anderem um viel Platz für Illustrationen zu haben. Darum sind es dann eher Kolumnen und Essays geworden. Die eigenen Illustrationen habe ich gemischt mit ein paar Fotostrecken, damit Abwechslung reinkommt. In beiden Teilen des Hefts gibt es eine interaktive Strecke. Im *Ich*-Heft habe ich die Frage gestellt:

„Bist du privat ein anderer Mensch?“

und der Leser konnte sich dann einfach eine Antwort für sich herausnehmen. Im *Du*-Heft ist es die Frage:

„Welche Person wärest du gerne?“

Auf einigen Doppelseiten kann man anhand der Perforation die Bildchen raustrennen und die passende Antwort für seine Person zusammenlegen. Bei einer Strecke über eine japanische Fetischbewegung, bei der die Mitglieder Anzüge anziehen, um ihre eigene Identität abzulegen und durch sie eine andere zu spüren, habe ich Fotografie und Illustration gemischt. Die Bilder habe ich bei *Flickr* gefunden und dann die Fotografien angeschrieben. Die haben mir die Bilder auch geschickt, aber immer wieder in der kleinsten Auflösung. Dann habe ich gedacht, ich muss damit weiterarbeiten, habe die Bilder wieder ausgedruckt mit meinem Drucker, der zu diesem Zeitpunkt so mitgenommen war, dass er ganz viele Streifen hinterlassen hat. Anschließend habe ich ein Muster gezeichnet, alles ineinandergewebt und dadurch diesen Identitätsverlust klargemacht. Außerdem gibt es zum Beispiel eine gezeichnete Bildstrecke über Zwillinge. Da kommt die Kopierästhetik auch deutlich heraus. Ich habe alles mehrmals ausgedruckt und kopiert, so dass die Seite so eine Rauheit bekommen hat. Schließlich habe ich noch Buttons für die Diplom-Ausstellung, Flyer und Visitenkarten und das ganze Drumherum produziert. Ich habe auch noch eine Schallplatte dazu pressen lassen, weil sie für Hochwertigkeit und Einzigartigkeit steht und im Grunde alle Punkte meines Konzeptes beinhaltet. Auf der einen Seite findet sich ein Lied von den *Lassie Singers*, ‚*Ich*‘, und auf der anderen Seite von *Andreas Dorau*, ‚*Du*‘.

- 4 x Heft
- 4 x Zine
- 3 x Bilder
- 3 x Dummy
- 3 x Ich-Heft
- 3 x Begriff
- 3 x Illustrationen
- 3 x Magazin
- 3 x Pole
- 3 x wichtig



OLIVER KIELMAYER

Der Schweizer Kurator Oliver Kiehmayer hat den *Dritten Raum*, einen Begegnungsort in der *Kunsthalle Winterthur*, ins Leben gerufen, der unter anderem eine Lesebibliothek und eine Auswahl an Zines von *Publish and be Damned* aus London beherbergt.

D21: Wie kam es zu der Kooperation mit *Publish and be Damned*?

OK: *Publish and be Damned* war von einigen Jahren in London die erste Initiative, die solche im Selbstverlag herausgegebenen Publikationen und Magazine von Künstlern und Kunstvermittlern in einer großentheatralen Situation ausgestellt hat, die ich bewusst wahrgenommen habe. Im Moment scheinen solche Zusammenstellungen von Artzines ja wirklich zu boomen. Da man mit dieser Formate in ganz komprimierter Form extrem viel zugänglich machen kann, habe ich damals Kit Hammonds von *Publish and be Damned* angefragt, ob sie mir nicht eine kleine Auswahl machen würden, als ein alternatives Fenster in die internationale Kunstwelt, das permanent in der *Kunsthalle Winterthur* geöffnet wäre.

Es ist ein bisschen wie die Antithese zu der Lesebibliothek, die wir im *Dritten Raum* haben, wo die Bücher wie eine Tapete an die Wand genagelt sind. Die Auswahl an Zines von *Publish and be Damned* stellt dazu eine Erweiterung dar. Es war mir aber auch deshalb wichtig sie in den *Dritten Raum* aufzunehmen, da der ganze Geist von diesen Magazinen, die in Eigenregie herausgegeben werden, zu der Idee von einem Begegnungsort in der Kunsthalle passt, den ich schaffen wollte. Ich denke, dass solche Kommunikationsformate wie die Zines ganz zentral waren als ideeller Background, der zu einem Raum wie dem *Dritten Raum* geführt hat. Hinzu kommt, dass ich mit *We.Are.The.Artists* selbst vor fünf Jahren so ein Projekt angefangen habe.

D21: Inwiefern funktionieren der *Dritte Raum* als Begegnungsort?

OK: Das gesamte Mobiliar, der Kronleuchter, die an die Wand genagelten Bücher im *Dritten Raum* – diese ganze bewohnte Skulptur ist eigentlich eine Totalinstallation des Künstlers Mark Divo, die er 2006 dort installiert hat. Es war für mich ganz klar, wenn ich einen Ort haben möchte, wo sich die Leute wohlfühlen, den sie gerne für Kommunikation nutzen, dann geht es nur mit ihm. Mark Divo kommt ursprünglich aus der Hausbesetzer-Szene in Zürich, wo er Häuser, meistens in Absprache mit den Besitzern, besetzte und dann in eine riesengroße Skulptur verwandelt hat.

Mark Divo bemalte 1993 die Fassade des damals besetzten Fabrikgeländes Wohlgroth in Zürich und installierte eine riesige Tigerskulptur.



Das Ganze hat immer ein bisschen wild und barock ausgeschaut, wie jetzt hier *Der Dritte Raum*. Er schafft es eigentlich wie kein Zweiter Orte zu kreieren, wo jeder Mensch sinnvoll ist.

Es gibt eigentlich niemanden, ob er jetzt arbeitslos ist oder ein Börsen-Guru, der bei seinen Veranstaltungen [Diskussionen, Konzerten etc.] irgendwie deplatziert gewesen wäre. Das hat dann auch im *Dritten Raum* bestens funktioniert. Es ist für mich ganz wichtig, dass man in dieser Kunsthalle einen Begegnungsort kreiert, also einen gesellschaftlichen Ort, der funktioniert.

Vor allem wollte ich anregen, dass dieser Raum auch von der lokalen Künstlerschaft benutzt und beschlagnahmt wird. Wenn ich [als Zürcher] eine Veranstaltungsreihe konzipiert und gesagt hätte:

„Liebe Winterthurer, kommt, es ist spannend!

Wir haben tolle Künstlergespräche!“

und so weiter, dann wäre einfach keiner gekommen. Das ist so ein bisschen Angst gegenüber Zürich, der großen Stadt als Nachbar, das heißt, man musste das irgendwie hinkriegen, dass die Leute von sich aus eine Initiative ergreifen, und das hat in der Tat mit diesem *Dritten Raum* geklappt.

D21: Wie verhält sich dieser Anspruch zum Museumskonzept der Kunsthalle?

OK: Die Multifunktionalität des *Dritten Raums* hat für mich mit der ganzen Diskussion um *Expanded Museum* und *New Institutionalism* zu tun, dass nämlich ein Museum nicht nur dazu da ist, irgendwelche tollen Ausstellungen zu zeigen. Es sollte meiner Meinung nach auch ein Kompetenzzentrum sein für alles, was mit [in meinem Fall zeitgenössischer] Kunst zu tun hat, also ein Dienstleistungszentrum in ganz verschiedener Art und Weise.

Kunsthallen in der Schweiz sind eigentlich reine Ausstellungsbetriebe. Sie vernachlässigen ganz viele soziale Kontakte, Künstlerkontakte. Es ist ein Riesendefizit von professionellen Kunstinstitutionen, dass sie die Infrastruktur nicht anbieten, um sich nachher vielleicht mit dem Handout, einem Zettel oder einem Buch hinzusetzen oder einen Kaffee zu trinken. Das gehört ja mit in den Bereich der Kunstvermittlung, doch sie ermöglichen das gar nicht.

D21: Warum hast du selbst angefangen, ein Zine zu machen?

OK: Auf der Biennale in Istanbul war ein Video zu sehen, das einen chinesischen Coiffeur durch seinen Alltag begleitete. Es war ganz hervorragend präsentiert, doch letztlich war das Ganze nicht mehr als Exotismus. Wenn man das Setting in China weggenommen hätte, dann wäre das Video absolut banal gewesen. Und trotzdem liebe ich solche Geschichten, aber dann eher in geschriebener Form.

Deshalb hatte ich beschlossen, dass man etwas erfinden, also ein Format haben müsste, in dem solche Geschichten erzählt werden können, denn eigentlich sind sie zu undramatisch, um sie gleich in der Flash Art als große Kunstwerke zu positionieren.

Dies war eigentlich der Anfang, der Startgedanke von *We.Are.The.Artists*. Der Name des Hefts geht auf die Idee zurück, dass die Künstler eigentlich nichts anderes machen, als ein persönliches Erlebnis aus ihrer lokalen Kunstszene in Worte zu fassen und dann zu publizieren. Eigentlich wollte ich schon seit fünfzehn Jahren ein richtiges Hello!-Magazin der Kunstszene machen, doch das geht in einem kleinen System, wo alle voneinander abhängig sind, gar nicht so gut: Als Kurator schreibt man hin und wieder, man wird in Jurys oder von Jurys eingeladen und dort sitzen Künstler drin, das heißt, wenn man über Künstler schreibt, dann muss man aufpassen, dass die nicht in zu vielen Kommissionen drin sitzen, weil wenn man dann einen Verriss schreibt, bekommt man eben diesen Jury-Job nicht und so weiter. Also eigentlich ist es ganz schwierig im Bereich der Kunst oder der Kunstkritik zu klatschen. Deshalb bleiben die Verfasser von Artikeln in *We.Are.The.Artists* auch anonym.

Ich selber schreibe auch Kunstkritiken.

Ich mache das gern.

Es ist eine bestimmte Form der Auseinandersetzung mit Kunst, aber was ich zum Beispiel genauso gern mag, ist die Schonungslosigkeit der Urteile in Vernissage-Situationen, wo es oft zu einer stillen Übereinkunft kommt. Die finde ich mindestens so wichtig wie diese offizielle Kunstkritik. Ich habe den Verdacht, dass in solchen Vernissage-Situationen oft ganz wichtige Entscheidungen getroffen werden. Die werden nicht gemacht aufgrund von tollen Texten, die Leute schreiben, sondern die werden in ganz offenen, kurzen und prägnanten Gesprächen gemacht. Diese Parallelwelt des Kunstdiskurses neben dem offiziellen, den finde ich extrem spannend.

Ein Vorteil von diesen Publikationsprojekten ist außerdem: man kann es bei Bedarf machen. Wenn man im Moment kein Geld hat, um sie zu realisieren, oder auch keine brennende wichtige Idee, dann kann man es auch einfach mal ein bis zwei Jahre sein lassen. Man hat ja keinen Markt zu bedienen, keine Inserenten, die regelmäßig auf ihre Ausstellungen hinweisen müssen, und deshalb ist es sehr frei. Allerdings kann die große Freiheit in der Realisation auch dazu führen, dass man sehr lange nichts macht.

D21: Wo siehst du Gemeinsamkeiten zwischen den beiden Projekten?

OK: Das erste Stichwort, das mir wichtig scheint, ist die Niederschwelligkeit. Es gibt in der Kunstvermittlung mittlerweile eine offizielle Kunstvermittlung, die sehr pädagogisch ist [Arbeit mit Schulen etc.] und sich sehr oft an ein Fachpublikum richtet. Das finde ich super, aber daneben gibt es leider wenig gute niederschwellige Vermittlungsformate. Ich denke, es gibt beinahe nichts für ein Kunstmuseum, das es nicht machen sollte, um das Publikum für seine Sache zu begeistern. Das heißt nicht, dass man jedes Mal dafür sorgen muss, dass auch der letzte Idiot eine Ausstellung versteht, weil das eh nie zu schaffen ist, aber es geht zum Beispiel auch darum, dass jemand nur einmal ein positives Erlebnis in

einem Kunstmuseum hat. *Der Dritte Raum* ist ein solches niederschwelliges Format und von den Kindern, die dort spielen, bis hin zur 80-jährigen Oma finden ihn alle schön. Diese Niederschwelligkeit finde ich dort sehr geglückt.

Eine weitere Ähnlichkeit ist die offene Kommunikation. Dahinter steht der Anspruch, den ich mit dem *Dritten Raum* verfolgt habe: dass man sich dort gern aufhält. Wenn man sich irgendwo gern aufhält, dann spricht man in der Regel auch gern miteinander. Bei *We.Are.The.Artists* ist die offene Kommunikation natürlich sowieso ein ganz zentraler Punkt, sowie eine sehr enge Zusammenarbeit mit Künstlern.

Hinzu kommt der defizitäre Status Quo. Das ist ja eine erschwerende Bedingung, aber eigentlich liebe ich es, schlechte Situationen zu verbessern. Ich glaube, den Projekten gemein war die Erfahrung von einem Defizit am Anfang. Man muss dann einfach anfangen zu arbeiten und mit der konkreten Situation vor Ort umgehen. Ich glaube, diese Erfahrung eines Defizits ist enorm wertvoll, denn wenn alles gut ist, dann kann man auch nicht viel verändern.



Ein *Ha-Ha* oder *Aha* ist ein unter Geländeneiveau liegender, tiefer Graben mit steilen Böschungen und ersetzt in der Gartenbaukunst eine sichtbare Hürde [Mauer oder Zaun]. Aufgrund dieser Niederschwelligkeit suggeriert der *Ha-Ha* den nahtlosen Übergang von Garten und angrenzender Landschaft und verhindert gleichsam, dass Tiere und ungebetene Besucher in den Garten gelangen.

13 x eigentlich
13 x Raum
7 x einfach
5 x artists
5 x Kunst
5 x Kunsthalle
4 x Art
4 x Kommunikation
4 x Künstler
4 x Ort



ALAIN BIEBER

Der Hamburger Kunstjournalist und Kurator Alain Bieber betreibt gemeinsam mit Alexandra Bieber den kuratierten Kiosk und Magazinclub *GuteSeiten* [www.gute-seiten.net], über den sich Zine-Macher und Leser vernetzen, über Publikationen informieren und die Hefte ausleihen oder kaufen können.

D21: Wie funktioniert *GuteSeiten*?

AB: *GuteSeiten* ist vor allem eine Online-Plattform. Auf unserer Webseite gibt es einen News-Blog, eine Übersicht über alle Magazine, die wir vertreiben und eine Community. Die Idee dahinter war diese Szene von Autoren, Fotografen, Designern über Liebhaber und Leser stärker zu vernetzen, so dass man direkt mit den Leuten in Kontakt kommen kann. Eigentlich ist *GuteSeiten* eine nicht-kommerzielle, alternative Vertriebsplattform. Wir haben gemerkt, dass der größte Knackpunkt bei den ganzen Magazinmachern meistens der Vertrieb ist. An Menschen, Talent und Kreativität mangelt es nicht, aber es mangelt ihnen an Kontakten oder an Möglichkeiten ihre Publikation letztendlich zu vertreiben. Der *Deutsche Presservertrieb* kommt für die ganzen Magazine meistens sowieso nicht in Frage, da das ein bisschen zu teuer ist, auch die Buchläden nehmen schon unglaubliche Prozente.

Wir nehmen nur ganz ausgewählte Magazine – aus den Bereichen Kunst, Design, Architektur, Illustration, Musik und Fotografie – in unser Sortiment auf, versuchen die ‚Guten‘ zu sein und überlassen es den Magazinmachern selbst, wieviel Prozent sie uns geben möchten. Es wird sowieso kein Gewinn gemacht, alles fließt wieder in neue Magazine und den Aufbau des Archivs, unsere Zinobank. Hier kann man auch Magazine ausleihen. Jeweils zwei Magazine werden nach Hause geschickt, man liest sie, schickt sie wieder an uns zurück und dann erhält man die nächsten zwei Magazine. Man kann hier auch ein maßgeschneidertes Abo abschließen und seine persönlichen Präferenzen angeben.

Magazinmacher slow

Im August 2010 gab *GuteSeiten* bekannt, dass Ausleihe und Versand der Magazine wegen eines Umzugs der Organisatoren ins Ausland eingestellt werden. Die Webseite und das Archiv bleiben allerdings weiter bestehen.

Das Möbiusband ist eine zweidimensionale, in den Raum gebettete Struktur mit nur einer Seite und einer Fläche. Es veranschaulicht das Prinzip der Unendlichkeit und der Wiederholung.



D21: Unterscheidest du zwischen Magazinen und Zines?

AB: Zines werden meist von Individuen oder Kollektiven gemacht, die ihre eigenen Kunstwerke in den Fokus rücken. Die Magazine, die wir vertreiben, sind eher monothematische Nischenmagazine. Zum Beispiel *Hoffnung* aus Hamburg von HfBK-Studenten ist ein handgemachtes Magazin in einer Auflage von 80 Exemplaren. Jede Ausgabe ist dabei ein Unikat. Oder *DerDieDas*, ein monothematisches, alphabetisches Magazin aus der Schweiz, bei dem in jeder Ausgabe ein anderes Ding behandelt wird. Das Thema der ersten Ausgabe war ‚Apfel‘, es folgten ‚Büroklammer‘ und ‚Cord‘. Bei *Klebstoff* aus Dresden ist das ganze Magazin ein Sticker. Jede Seite kann bis zum Cover abgezogen und geklebt werden. Auch *Screenshots* aus Berlin ist einer meiner Favoriten – der Künstler zeichnet dabei für jede Ausgabe Szenen aus seinen Lieblingsfilmen – oder *Good vs. Evil*, *Ein Magazin über Orte*, *SchinkenOmi*, *Turbochainsaw*, *Blackpages*, *Mandy*, *Schnitzel*. Von den über 60 Magazintiteln, die wir vertreiben, sind dies nur ein paar herausragende Beispiele.

D21: Existiert *GuteSeiten* nur im Netz?

AB: Nein, wir sind nicht nur ein virtueller Kiosk, sondern veranstalten auch Live-Events. Bei einem Projekt, das wir in Hamburg gemacht haben, hatten wir einen Monat lang einen Laden. Lustigerweise war das der ehemalige Laden vom *Hamburger Abendblatt*. An der Fassade stand noch ‚Blatt‘ und so haben wir dann auch das ganze Projekt genannt. Einen Monat lang gab es dort eine Ausstellung. An jedem Donnerstag fanden dann auch noch Vorträge von den Magazinmachern zu allen möglichen Themen statt, unter anderem zu Vertriebsmöglichkeiten usw. Das große Highlight war der erste Hamburger Magazin-Marathon. Dazu haben wir alle uns bekannten Magazinmacher eingeladen, die dann für zehn Minuten ihr Konzept vorstellen konnten. Das war wirklich ein ganz schönes Get-Together.

Die größte Veranstaltung, die wir bisher gemacht haben, war ein Angriff auf den *Lead-Award*. Das ist in Hamburg so ein elitärer Medienpreis, ein großes Spektakel, aber auch extrem langweilig. Zur Verleihung kommen vor allem Chefredakteure und die Herausgeber von ganz großen Verlagen.

Ein Still aus Peter Greenaways
Kurzfilm ‚H is for House‘
[1973]. Eine filmische Liebes-
erklärung an das Leben auf dem
Land und eine Auflistung von
Wörtern und Bildern, welche
alle mit dem Buchstaben ‚H‘
beginnen und den absurden
Umstand verdeutlichen, dass
hochentwickelte Kulturen ihre
Objekte, Wahrheiten und Ideen
mittels des alphabetischen
Systems beliebig in Gruppen
ordnen. Happiness, hysterec-
tomy, Hampstead, His Holiness,
Hitler, Heaven and Hell werden
alle in Hommage an ihre
Anfangsbuchstaben gruppiert.





Die Magazine liegen in Glaskästen, man kann sie gar nicht durchblättern. Es ist auch kein Geheimnis, dass bei diesem Award die Sponsoren meistens selbst den Preis gewinnen. Dazu wollten wir eine Gegenveranstaltung machen, weil ich einfach denke, dass das nicht die Avantgarde im Zeitschriftenmachen ist, und es eine viel größere und schönere Bandbreite gibt, als nur das, was die ganzen Großverlage so anbieten.

Wir haben dann eine Woche vor dem offiziellen *Lead-Award* im *Kunstverein Hamburg* eine Magazinmesse organisiert. Damit ging es los. Dazu sind auch viele Macher angereist. Jeder hatte seinen Tisch und konnte dort sein Magazin vorstellen. Eine Ausstellung gab es auch. In einem kleinen Nebenraum haben wir rund 80 Magazine präsentiert. Das wurde auch wahn-sinnig gut aufgenommen. Wir haben dabei gemerkt, dass es in Hamburg einfach eine Nachfrage nach solchen Magazinen gibt. Die Szene ist da, aber es mangelt an Initiativen. In Berlin gibt es ja Läden wie *Motto, do you read me?!* oder auch so Läden wie *ProQm*, die ein gutes Zeitschriftensortiment anbieten. In Hamburg ist das noch immer ziemlich langweilig.

Der Höhepunkt bei der Veranstaltung war die Preis-verleihung und da haben wir auch versucht, uns etwas Beson-deres zu überlegen. Es wurde im Vorfeld ein Open Call aus-geschrieben. Und es gab auch eine Jury. Zur Preisverleihung selbst haben wir dann so eine Art Live-Magazin gemacht. Dafür wurden Journalisten eingeladen, die eine Geschichte live vorgetragen haben. Eine Modejournalistin hat über einen Modetrend erzählt und dazu gab es dann eine Live-Modenschau. Eine Musikjournalistin hat mit einer Band ein Live-Interview geführt und diese hat ihren neuen Song live gespielt. Der Gewinner des *GuteSeiten-Awards* 2010 war das Magazin *Der Wedding*. Außerdem gab es noch lobende Erwähnungen.

Wir bauen zudem gerade *Points-of-Sales* auf, Regale mit unserem Sortiment in anderen Galerien und Läden. Ein großer Traum von uns wäre wirklich eine Art Independent Kiosk. Leider mangelt es aber einfach an Zeit, Geld und Möglichkeiten.

D21: Warum ist Self-Publishing gerade [wieder] so populär?

AB: Ich glaube, dass immer mehr Leute ziemlich abgeturnt sind von dieser Schnelligkeit, von diesem Online-Gedöns usw. Es gibt eine Art Manifest zum Thema *Slow Media*. Darin steht, dass es im zweiten Jahrzehnt weniger darum gehen wird, neue Technologien zu finden, die das Produzieren von Inhalten noch leichter, schneller und kostengünstiger gestalten.



Einblick in die Ausstellung *„Beyond Kiosk – Modes of Multi-plication“* im MUDAM Luxembourg, 2009. Die Wanderausstellung, die von Christoph Keller [*Revolver Verlag*] ins Leben gerufen wurde, zeigt ein Panorama unabhängiger Publikationen zur zeit-genössischen Kunst.

Stattdessen wird es darum gehen, angemessene Reaktionen auf diese Medienrevolution zu entwickeln, sie politisch, gesellschaftlich und kulturell zu integrieren und konstruktiv zu nutzen. Anders als beim *Slow Food* [der Gegenbewegung zum *Fast Food*] geht es bei *Slow Media* nicht um schnelle Konsumierbarkeit, sondern um Aufmerksamkeit bei der Wahl der Zutaten und Konzentration bei der Zubereitung. Die Stichworte sind Nachhaltigkeit und *Mono-Tasking*. Passive Konsumenten sollen zu aktiven Produzenten gemacht werden.

Der zweite Grund könnte sein, dass dieser Trend strukturell bedingt, in der Medienkrise selbst liegt. Ich arbeite ja selbst in einem großen Verlag und da sieht man jeden Tag, dass der schrumpfende Absatz natürlich auch den Mut schrumpfen lässt. Das heißt, man setzt immer wieder auf altbewährte Rezepte, der Mainstream wird noch ‚mainstreamiger‘ und vor allem muss immer mehr gespart werden? Das bedeutet ganz klar für viele Fotografen, Grafikdesigner, Illustratoren, dass sie einfach keinen Markt mehr finden und sich deshalb ihren eigenen Markt schaffen, sprich: ein eigenes Magazin gründen. Der große Vorteil ist dabei auch, dass man sich eben kompromisslos austoben kann, ohne auf nervige Artdirektoren oder Chefredakteure hören zu müssen.

Dazu kommt noch die Haltung selbst. Durch die größere Kommerzialisierung und stärkere Mainstreamisierung fehlt einfach eine Haltung. Da gibt es viele Parallelen zur Musikindustrie. Print ist das neue Vinyl – Magazine werden zu Liebhaberobjekten. Das ist eine Art Fetisch, wie Platten es für DJs sind. Das Magazin ist so eine Art haptisches Gesamtkunstwerk. Ich will sie anfassen, ins Regal stellen, aufbewahren. Und natürlich kokettieren viele auch mit der DIY-Punk-Attitude. Das Rebelle ist bei diesen ganzen Magazinen auch immer dabei. Ich glaube, der Trend geht in Richtung Nische.

Und Papierfetischisten wird es auch immer geben.



„Downloads are quick and easy but nothing beats the joy of holding a heavy piece of vinyl.“ sagt Steve Clancey, ein Schallplattenhändler aus Brixton. Der Verkauf von Seven-Inch-Vinyl hatte seinen Höhepunkt in Großbritannien im Jahr 1979 [89 Millionen], aber als CDs populärer wurden, sank die Anzahl der verkauften Tonträger bis 2001 auf weniger als 180.000. Im Jahr 2009 stiegen die Verkäufe allerdings wieder auf 223.000.

14 x Magazine
6 x Hamburg
5 x einfach
4 x Ausgabe
4 x GuteSeiten
4 x Laden
4 x vertreiben
3 x Kiosk
3 x Magazinmacher
3 x slow

JAN WENZEL

Jan Wenzel lebt und arbeitet als Publizist in Leipzig und ist Mitherausgeber des Magazins *Spector cut+paste*. Er widmet sich in seinem Vortrag der aktuellen Popularität des Self-Publishing im Kontext zeitgenössischer Kunst.

D21: Unterscheidest du beim Self-Publishing zwischen unterschiedlichen Medienformaten?

JW: Ich glaube, es ist nicht möglich, eine klare Unterscheidung zwischen Artzines, Magazinen und Büchern zu machen. Ich denke, dass diese verschiedenen Bezeichnungen oszillieren. Selbst wenn eine Unterscheidung zwischen den verschiedenen Druckprodukten möglich wäre, kommt es häufig vor, dass die Akteure sowohl das eine als auch das andere machen.

Magazine sind der Bereich, wo ich selbst herkomme. Ich habe 2001 mit Markus Dreßen und Anne König, *Spector cut+paste* gegründet – ein Magazin, das wir in den letzten Jahren insgesamt viermal herausgegeben haben. Damit verbunden sind die Dinge, die mich selbst am Publizieren interessieren. Insofern ist meine Perspektive auch radikal subjektiv.

D21: Wie beurteilst du den Einfluss des Internets auf das Publizieren?

JW: Es ist genau das nicht eingetreten, was in den 1990er Jahren mit dem Aufkommen des Internets vorhergesagt wurde: dass die Printmedien zu Ende gehen. Das Verhältnis ist heute eher so, dass das Internet und das Buch sich eigentlich ergänzen. Ich denke, gerade dadurch, dass das Internet ein permanentes Publizieren ermöglicht, ist die Attraktivität, durch Gedrucktes noch einmal in einer anderen Materialität präsent zu sein, gestiegen. Das Netz hat dazu beigetragen, dass man sensible Daten generiert ist, in welcher Weise Informationen einen erreichen. Auch die Entscheidung, etwas ins Netz zu stellen oder etwas zu drucken, ist heute eine ganz bewusste Entscheidung. Die Publikation [sei es ein Artzine, ein Magazin, ein Buch] geht auf dem Wege, die man als Produzent gar nicht absehen kann. Es kommt vor, dass wir E-Mails zum Beispiel aus Brasilien oder Amerika bekommen. Es ist auch passiert, dass unsere Layouts plötzlich auf Beuteln eines amerikanischen Mode-labels auftauchen. Man kann nicht kontrollierend vorherbestimmen, wo Publikationen hinwandern.



Das Wikipedia-Buch von Rob Matthews umfasst auf 5000 Seiten 400 Artikel – ca. 0,01% der Wikipedia-Enzyklopädie.

Diese Bewegungsfähigkeit von Publikationen ist sehr erstaunlich. Das hängt sicher auch damit zusammen, dass es in den letzten Jahren verstärkt eine Vernetzung gab zwischen Produzenten und Leuten, die Publikationen als Ausgangspunkt nehmen für Aktionen, für Seiten im Internet, die sehr stark für die Verteilung und Streuung verantwortlich sind. Das ist enorm wichtig, wenn man sich bewusst macht, dass Kunstproduktion heute eine Sache ist, die global abläuft und sehr international organisiert ist. Deshalb sind Bücher oder Magazine, die gleichzeitig in Leipzig, Berlin, Seoul, New York oder London sein können, etwas, das einfach eine räumliche Streuung schafft. Die Zirkulationsfähigkeit von Druckprodukten ermöglicht es außerdem, genau die Leute zu finden, die ähnliche Interessen haben wie man selbst, und so Leidenschaften zu organisieren.

Ich glaube, dass die Artikulationsweisen heute oft so verschieden sind, dass es vielleicht für bestimmte Druckprodukte weltweit 200 Leute gibt, die das tatsächlich interessiert, die genau an diesem Punkt auch ein eigenes Interesse haben.

D21: Worin liegt für dich der Reiz beim Self-Publishing?

JW: Ich glaube, es ist ein großer Unterschied, ob man für einen Künstler ein Buch macht oder ob man selbst eine Publikation herausgibt.

Das Magazin als Bühne, die man sich selbst baut, ist ein wichtiger Punkt. Seien es Künstler, Autoren oder Gestalter – sie haben mit diesen Publikationen, die sie in all ihren Teilen entscheiden und gestalten, etwas, womit sie selbst sichtbar werden können. Auf der Ebene der Autorschaft ist es, wenn man als Dienstleister tätig ist, immer jemand Anderes, dem das Produkt zufällt.

Im Fall von Artzines oder anderen kleinen Magazinen ist es dann allerdings das eigene Produkt – ein Produkt, mit dem man sichtbar ist, eine bestimmte Haltung zur Geltung bringen kann und mit dem einem das symbolische Kapital, das man erwirtschaftet, auch selbst zufällt. Anders als wenn ein Verlag oder eine Institution in eine Publikation hineinreden, ist es möglich, die eigene Subjektivität zu artikulieren.

Ich glaube, dass sich heute vieles über diese Verschaltung von unterschiedlichem Material artikuliert, so dass es gar nicht darum geht, welches Thema ich wähle,

It's a Book, It's a Stage, It's a Public Place war ein eintägiges Treffen von unabhängigen Verlegern und sieht sich als Knotenpunkt eines internationalen Netzwerkes von unabhängigen Autoren, Grafikdesignern und Künstlern. Initiiert wurde es von *Spector cut+paste*.

Videostill aus einem Interview mit *Nicolas Bourriaud*, dem Kurator der *Tate Triennale 2009*.
„We're not in a multicultural era anymore. [...] the artists are inventing this new modernity which is global from scratch.“





sondern wie ich mit einem bestimmten Thema umgehe: Wie setze ich bestimmte Bilder, Texte oder Formate zueinander, dass genau auf dieser Ebene Artikulationen in einer anderen Differenziertheit möglich werden. Das ist etwas, das man in diesen kleinen Publikationen auch sieht, wie das eingeübt wird. Also wie Künstler, Gestalter, Autoren mit dieser Genauigkeit umzugehen lernen, etwas auf ihre Art zu sagen. Ein Magazin ist etwas, was man nicht allein macht. In dem Moment, wo Arbeit nicht mehr durch eine Institution fremdorganisiert ist, muss man eine Form finden, die bestimmt, wie man zusammenarbeiten kann. Ich glaube, dass es gerade im Bereich kulturellen Produzierens eine enorm wichtige Arbeitseigenschaft ist, mit anderen produzieren zu können. Das trifft vielleicht weniger auf die Artzines zu, wo dann oft eine Person alles entscheidet und alles macht, aber sehr stark eben auf Magazine wie *starship*, *Spector cut+paste* oder *PROVENCE*.

D21: Wie manifestiert sich das konkret in der Arbeit an *Spector cut+paste*?

JW: Ein Punkt, der bei der Arbeit an *Spector cut+paste* immer wichtig war, ist das Erproben von kollektiven Produktionsweisen. Dabei gibt es eine Anzahl an Leuten, die etwas zusammen entwickeln, die einen Vorrat an Ideen, Haltungen, Themen und Formensprachen entwickeln, in dem Zeitraum, in dem sie miteinander arbeiten, gegenseitiges Vertrauen aufbauen und dadurch zu anderen Möglichkeiten des Produzierens kommen. Das halte ich für sehr wichtig. Diese Form der Zusammenarbeit ist etwas, womit man sehr oft in eigenen Publikationen beginnt und was man dann in größeren Buchprojekten oder Arbeiten mit Künstlern anwenden kann. Eine Qualität einer kontinuierlichen Arbeit in Gruppen kann zum Beispiel sein, Streiten zu lernen oder die Widersprüche und den Dissenz, den jede Arbeit mit sich bringt, angemessen auszuagieren. Man kann eine Auseinandersetzung auch mal wirklich hart führen, wie man sich das in anderen Kontexten nicht erlauben würde. Dafür sind diese kleinen Formen des Independent-Publishing vielleicht eher geeignet als andere Formen des Publizierens. Hinzu kommt die Fähigkeit, zu improvisieren, also einen Arbeitsprozess so zu organisieren, dass er nicht auf Disziplin beruht, sondern auf der Fähigkeit, aufeinander eingehen zu können. Dazu gehört auch in Momenten zu übernehmen, wo jemand vielleicht gerade durch eine andere Arbeit verhindert ist, oder wenn man etwas für sich nicht lösen kann, aber man dann innerhalb dieser Gruppe einen Fluss organisieren kann.

Mithilfe von gängigen Desktop-Publishing-Programmen ist heute jeder in der Lage Inhalte selbst zusammenzustellen und zu publizieren. Ein Artikel in der *NZZ* [29.12.2006] spricht vom Triumph der Amateure: „Es begann in den siebziger Jahren mit dem PC eine Demokratisierung der Innovation, die dazu führte, dass die Rückkopplungsspirale zwischen Innovation und deren Einsatz für weitere Innovationen sich immer schneller drehte.“

D21: Warum ist Independent-Publishing oder Self-Publishing im Augenblick so populär?

JW: Es hat im Bereich der Kunst in den letzten zehn Jahren fast schon ein fieberhaftes Publizieren gegeben. Man fragt sich: „Ist das jetzt so eine Art Supernova, das Aufblähen einer Sonne kurz vor ihrem Ende?“

Ich denke, dieses Moment der Selbstermächtigung trägt sicherlich dazu bei, dass Publizieren nach wie vor so attraktiv ist: das Selbst-zu-Sprechen, selbst mit einer Meinung, einer Geste in den Raum der Öffentlichkeit treten. Daneben spielen auch die bereits erwähnten Elemente eines Trainingslagers eine Rolle, also dass man bestimmte Fähigkeiten und Arbeitseigenschaften erwirbt, die man dann auch anderswo hinbringt, wobei ich glaube, dass man das unabhängige Publizieren dann auch zum Ausgangspunkt für eine konstituierende Praxis machen kann und seinen eigenen kleinen Verlag gründet. Ich halte diese Möglichkeit, die man heute hat, dass man nicht unbedingt einen Wechsel zu einem großen Verlag vornehmen muss, für enorm attraktiv. Was Publikationen heute außerdem als ein wichtiges Medium in der zeitgenössischen Kunst erscheinen lässt, ist ihre Zirkulationsfähigkeit. Menschen mit ähnlichen Interessen können eben durch Publikationen viel eher zueinander finden. Für wenige zu arbeiten ist zudem etwas, das auch sehr abwegige Formulierungen möglich macht. Wenn man ein Buch in einer 10.000er-Auflage druckt, könnte man stilistisch gar nicht so genau arbeiten, weil es nie so viele Leute ansprechen würde. Ich glaube, dass gerade Artzines etwas sind, das – sowohl was Texte als auch was Gestaltung angeht – im Umgang mit dem Visuellen ein sehr großes Experimentierfeld für Stilistiken eröffnet. Man kann dadurch schnell viele unterschiedliche Stilistiken kennenlernen und sehen, welchem Umgang mit einem Material, mit einem Thema, mit Visuellem man selbst für sich interessant findet. Das führt dann auch dazu, dass Leute das kaufen, weil sie eben diese Stilistiken auch interessieren. In dem Moment, wo man einfach dieses Publizieren selbst macht, übt man auf andere Weise Kritik an der bestehenden Praxis, indem man einfach etwas dagegenstellt – gar nicht mit dem Interesse marginal zu sein, sondern um etwas zu machen, dass auch seine Ausstrahlung in die Gesellschaft finden kann. Das Do-it-yourself ist ja auch eigentlich etwas, dass die neoliberale Gesellschaft einem abfordert, doch wie man das ausgestaltet, wie man selbst etwas tut, ist auch ein Raum für Auseinandersetzungen.

In *DotDotDot Nr.17* fand sich dieses Bild mit dem Kommentar: „L is for Language. Writing & Reading are to do with the eye: they are visual & optical. Listening & speaking are to do with the ear [and the mouth]: they are aural & acoustic.“



8 x Publikationen
7 x publizieren
6 x Arbeit
5 x Buch
5 x genau
5 x Magazin
5 x Spector
4 x arbeiten
4 x Artzines
4 x Leute

CHRISTIAN SCHMIDT

Christian Schmidt worked for the Berlin-based Archiv der Jugendkulturen e.V. [Archive of Youth Cultures], which is host to the most extensive collection of fanzines in Germany. In his lecture at the very beginning of the symposium, Schmidt talked about the history and relevance of fanzines.

D21: Where does the term fanzine originate?

CS: As you can see, the term fanzine is composed of the words fan[maga]zine. In other words, it concerns publications that have been produced by fans for fans, who share a passion for a specific topic rather than having commercial interests. Now, this mutual passion can include almost anything as the topics of fanzines vary enormously – from a certain style of music to a certain film genre, or literature. But I have also seen fanzines that just dealt with one particular motorcycle brand. At first, the term fanzine emerged from the US-American science fiction scene, around 1920, it started with a fan community that was interested in science fiction stories. Science fiction had a utopian element that enabled the readers to escape reality – the social and economic downturn of the great depression. Concurrently, the stories raised questions such as,

“How do we want to live in the future?”

There was one commercial [science fiction] magazine that was called *Amazing Stories*. The magazine had a section dedicated to letters to the editor, in which fans would discuss the stories and their credibility, whether they could actually come true, and if there was scientific evidence for certain stories and so on, e.g.

“In 2050, might it be a fact that people will breathe in space?”

But there came a point when there wasn't enough room in *Amazing Stories* for all these discussions. People started writing their own stories and set up fan clubs. The first fan club in the United States was the *Science Correspondence Club*. It had many branches, and in May 1930, their branch in Chicago eventually started a fanzine [although this term didn't yet exist] called *The Comet*. It mostly featured news from the Club. But it also included stories by different authors and discussions about these stories. In October 1940, a science fiction fan, Lewis Russel Chauvenet, brought out a fanzine that he called *Detours*. He was the first one to say:

“What I am doing here is making a fanzine”,

thus consciously distinguishing that from the act of publishing a commercial magazine like *Amazing Stories*.

D21: What came after these sci-fi fanzines?

CS: Until the 1960s, the term fanzine was bound to science fiction only. It wasn't used for other scenes or contexts until the rock music fanzine *Crawdaddy!*, which was first published in 1965 in Boston by a science fiction fan called Paul Williams. Another example of an early rock music fanzine is *Who Put the Bomb*,

first published in 1969. By 1978, it had a surprisingly wide circulation of 25,000 copies. It became an immense undertaking for the editor, Greg Shaw, who was making the fanzine in his leisure time. This was also why he stopped doing it in 1979 because it was just too much work and he simply couldn't be bothered to do it any more. The enjoyment of it was and still is very important. If it's no fun, then the motivation for making a fanzine is also gone.

With punk, a development was under way that had an enormous impact on fanzines. It initiated an explosion of the medium. One reason for this was the Do-it-yourself [DIY] approach of punk, i.e. this invocation to make something on your own. It was simple:

"You had the opportunity to do something, so you just did it." Back then the credo was:

"We don't like how punk is represented in the mass media, so we'll do our own thing."

And as it were, a flood of fanzines originated thereafter.

D21: What's special about these punk fanzines?

CS: They really triggered a development, bubbling over with new ideas. Their founders were very keen on experiments, in terms of both media formats and writing styles. For example, some of these punk fanzines were published in aluminium foil, sealed paper bags that you had to cut open before reading, or as paper rolls that you could only read lengthwise by unravelling them.

They also experimented with writing styles, such as publishing interviews that were completely fabricated, or celebrating fictional bands so much that everyone thought they were actually real. Then, these fanzines also allowed for numerous ways to generate and cultivate an image of yourself, the way you wanted to be seen.

Another reason why fanzines made this big step forward at that time had to do with technological developments. Photocopying facilities were more easily accessible. By the end of the 1970s, the beginning of the 1980s, there were already some copy shops in West Germany. Hence, many people took advantage of the newly available copy facilities by writing the texts for their fanzine, publishing it the next and then they would go in one day to a concert, sell the fanzine, and trash it afterwards – a disposable product. That is also why it is so very hard to get hold of these early fanzines.

The subsequent development, starting in the late 1980s, was Desktop Publishing. It grew in popularity because it enabled people to work on layouts on their own computers. This is also why these fanzines adapted better to the aesthetics of commercial magazines. Printing wasn't as expensive as it had been then, twenty years ago, and that's how this aesthetic adjustment came about. But there's more to it: the topics that had been discussed in fanzines gradually found their way into the feature pages of major newspapers in the 1990s. Thus, fanzines lost some of that exclusivity in terms of providing sub-cultural information. Of course, some really wicked grindcore band might always only be found in fanzines, but it is not unlikely to find an article

about a noise-artist like *Merzbow* in the feature pages of a nationwide newspaper.

D21: What impact did the spread of the Internet have on fanzines?

CS: Many print fanzines went online as netzines or webzines. But this was an intricate issue from the start: Both Internet and print zine makers felt a strong aversion to this, with many of the latter saying.

“No, we won’t go online. We prefer to keep everything as it is because that provides us with more opportunities,” and so on.

But as a matter of fact, it turns out there are many synergetic effects: if I’m reading a text, I can now simultaneously access other media online that are linked to it, such as videos or mp3s... Furthermore, you can find different combinations between printed and online fanzines.

Then, you’ll find *ZineWikis* online that deal with the history of fanzines, or lists [i.e. *fanzine-index*], fanzine podcasts and so on. Ultimately, one could argue that weblogs are something of a continuation of the idea of fanzines, because of the radical subjectivity they express, drawn from fanzines. This proves that the Do-it-yourself principle that underlies all fanzines is not limited to a certain medium. It can always be adapted to new media, where it could take new forms and manifest itself in other ways.

D21: What was [and is] the function of fanzines?

CS: The main principle of fanzines is the Do-it-yourself principle, the desire to be pro-active. Instead of just passively consuming market products, you become an actual producer of meanings through the creation of your own cultural product, and by all means you oppose the way in which established media works. The second principle of fanzines is this radical subjectivity, a form of self-display. Particularly in early fanzines, you would find people staging themselves as stars:

“I am the best, the greatest”, etc.

This shows how fanzines offer ways to represent yourself the way you want to, and to reinvent yourself to a certain degree. Therefore, they have a lot of implications and potential for political self-empowerment. For instance, such tendencies can be found in *Riotgrrrrl*-fanzines in the United States. In the early 1990s, a group of young feminist punks evolved from the punk hardcore scene there, saying:

“We don’t want to have anything to do with the chauvinist attitude within punk. We want to do something new, we want to come to the fore.”

Alongside the music of bands like *Bikini Kill* and *Team Drasch* many fanzines were produced. Amongst others, there was one called *riot grrrrl*, after which the group was eventually named.

We found this note requesting to “Read Zines Not Blogs” inserted into one of the submissions for the show. → ill. p. 05 German part

The function of these fanzines was two-fold. Firstly, they helped to address topics and enunciate experiences that weren't expressed in other media, for example the experience of sexual violence, auto-aggressive conduct, eating disorders etc. in order to raise one's voice and speak out on certain topics. Secondly, they made it possible to share these stories with others and exchange experiences – which is essential in order to become capable of taking action collectively.

All in all, fanzines have many different, sometimes paradoxical functions these days. On the one hand, their radical subjectivity and self-empowerment shows emancipatory potential, in other words, the potential to rise up and stand up for yourself. On the other hand, they seem to fit precisely into the existing economy, and dominant ideologies. The whole Do-it-yourself idea of fanzines is based on principles like pro-activeness, autonomy and the fact that there is no more separation between work and leisure time. The dominant economy currently demands these principles of its subjects. Self-empowerment and -disempowerment are closely linked in this regard. This is something one has to be aware of when talking about the relevance and history of fanzines today.

MARIE LAMMERS

Marie Lammers is a freelance graphic designer who lives and works in Berlin. For her diploma in 2009 she designed and produced a zine called *50/50*. [Find pictures here: www.marielammers.de/diplom.html]

D21: How is *50/50* structured?

ML: *50/50* is a bi-thematic zine that dedicates itself to the topic 'Ich und Du' [Me and You]. The zine has around 200 pages and consists of two poles. I bound the two parts of the booklet together along the fold and you can separate them through a perforation in the middle. I also highlighted the separation of the two sections by printing them on different coloured paper. The pastel colours that I wanted for the paper could only be ordered in massive quantities – and only in 80 or 100g. With 80g everything shone through a bit and 120g would have been too thick to bind the booklet together. As a result of this I built up my typographic concept and behind every headline I placed a line: At the beginning of the *Du*-booklet the line is really thick and then from text to text the lines become thinner. In the *Ich*-booklet this works the other way around so that the convergence of both sides becomes clear.

D21: What differentiates an artzine from a magazine for you?

ML: At the beginning I didn't know if I wanted to make a conventional magazine or an artzine. First of all I familiarised myself with the concepts. A magazine is a medium that's brought out in regular or irregular intervals. There is a lot of freedom of design but also a lot of regulations like the introduction procedures, a working navigation, editorial guidelines etc. In the end it's a consumer-orientated medium with a strong CI supported by a big publishing house.

With a zine it's different: It's a niche product that's far away from the mainstream magazine market. There are no guidelines. The booklet is formed with the simplest methods and because it was related to my diploma work, I wanted my experimentation and individuality to be prominent. I also wanted to do something practical like integrate drawings and illustrations [and not just sit in front of the computer all day].

D21: What did you use to guide yourself?

ML: There were two magazines that were really important for me: one was *twen* from the 1970's, designed by Willy Fleckhaus, because he made it possible to sense the idealism of the makers. The following quote reflects the zine-philosophy well:

"*twen* should be fun, namely for those who read it and those who make it."

The second one that was important to me was *dummy*, a single themed booklet. In this one I noticed that reduction to a single theme doesn't mean it will be boring. The *Ich*-booklet of *dummy* concentrates on the same theme as I in my diploma work, but different from my approach, with two areas of emphasis, *dummy*

splits the *Ich* section three ways into Me, Myself and I, Me and the Others and I am Another. Instead of this, I wanted to portray the dependency of the two halves of the booklet running into each other. Important for me was the continuously developing presence of the *Du* section, or the other way around.

D21: How is the content of the booklet communicated?

ML: Because the overall layout of the booklet is quite small – I worked with the traditional fanzine format Din A5 – I decided to use short texts in order to have enough space for illustrations, among other things. Therefore I mostly worked with columns and essays. I mixed my illustrations with a series of photos so that changes came in.

In both sections of the booklet there is an interactive aspect. In the *Ich*-booklet I ask the question:

“Are you a different person in your private life?”

and the reader can simply pick the most appropriate answer for him/herself. In the *Du*-booklet it is the question:

“Which person would you like to be?”

On some of the double sides you can, by means of the perforation, tear the little pictures out and combine them to create who you'd like to be.

For a series about a Japanese fetish movement, in which the members put on suits in order to temporarily lose their identities and therefore experience different ones, I mixed photography and illustration. I found the pictures on *Flickr* and then wrote to the photographers. They sent me the photos but constantly in the smallest resolution. Then I thought, I need to work more with this, re-printed the photos on my printer, which was in such a bad condition that it left behind loads of stripes and eventually drew patterns that webbed together and through this, made the loss of identity clear. Also, there is, for example, a series of pictures about twins. Here the aesthetics of copying becomes particularly clear. I endlessly printed everything out, copied it again so that the page was eventually rough.

Finally I produced badges, flyers and business cards for my diploma exhibition. On top of that I got a record pressed because it stands for high quality and uniqueness and therefore represents my whole concept. On one side you find a song by the *Lassie Singers*, ‘*Ich*’, and on the other side the song ‘*Du*’ by *Andreas Dorau*.

OLIVER KIELMAYER

Swiss curator Oliver Kielmayer has brought to life the so-called *Dritte Raum*, a meeting place in the *Kunsthalle Winterthur*, which among other things is a reading room that houses a selection of zines from *Published and be Damned*, London.

D21: How did the collaboration with *Publish and be Damned* come about?

OK: A few years ago in London *Publish and be Damned* was the first initiative, that I was aware of, that exhibited self-published and self-produced artists publications and magazines in a large fair-like situation. At the moment it appears that such public display of artzines is really thriving. Because of their compressed format a multiplicity of options become possible.

At one point I asked Kit Hammonds of *Publish and be Damned* if she would give me a small selection, as an alternate window in the international artworld, that could be permanently opened in the *Kunsthalle Winterthur*. It is a bit like the antithesis of the reading room that we also have in *Der Dritte Raum* [*The Third Room*], where the books are nailed like wallpaper on the wall. The selection of zines from *Publish and be Damned* represent an expansion of this. For me it was therefore also important to incorporate them into *Der Dritte Raum* because the entire spirit of these magazines, which are self-published, relate to my idea of the *Kunsthalle Winterthur* as a meeting place. I think that such communication formats like the zines worked as an ideal background that led to a space like *Der Dritte Raum*.

D21: In what way does *Der Dritte Raum* function as a meeting place?

OK: All the furniture, the chandeliers, the books nailed to the walls of *Der Dritte Raum* – this entire inhabited sculpture is actually a ‘Totalinstallation’ by the artist Mark Divo that he installed here in 2006. For me it was very clear that when I wanted to have a place where people feel happy and comfortable, where they could communicate, then I could only work with him. Mark Divo originally comes from the ‘squatter scene’ in Zurich, where he, usually in agreement with the house owners, occupied a home and then transformed it into a giant sculpture.

The whole thing always looked a bit wild and baroque, like here in *Der Dritte Raum*. He manages, like no one else that I know, to create places where every person is welcome. There is perhaps nobody, whether currently unemployed or a stock market guru, who would feel out of place at one of his events [discussions, concerts etc.]. This also worked excellently well in *Der Dritte*

In 1993, Mark Divo painted the façade of the Wohlgroth factory building in Zurich that was squatted back then. He also installed a giant tiger sculpture.
→ ill. p. 09 German part

Raum. For me, it's of great importance to create a meeting place in this *Kunsthalle*, a social space, which works. Above all I wanted to propose that this room would also be seized and used by the local art community. If I [as a native of Zurich] would have conceptualised a series of events and said:

"Dear people of Winterthur, come in, it's exciting! We have amazing artist talks!" and so on, then no one would've come.

This is related to a kind of anxiety that the locals of Winterthur have towards their 'big neighbour' Zurich, which is why it was necessary to allow the public to use their own initiative, and in *Der Dritte Raum* this actually worked rather well.

D21: How does this relate to the overall museum concept of the *Kunsthalle*?

OK: The multifunctional nature of *Der Dritte Raum* has, for me, to do with the entire discussion surrounding *The Expanded Museum* and *New Institutionalism*, namely that a museum isn't only there to put on cool exhibitions but should also be, in my opinion, a centre of excellence for everything that has to do with [in my case contemporary] art: a 'service centre' in numerous different ways. Art centres in Switzerland are mere exhibition factories. They considerably neglect social contact, contact between artists. It's a huge deficiency of professional art institutions that they don't offer the infrastructure that would allow you, after visiting an exhibition, to sit with the handout or a book or to have a coffee. That belongs to the area of artistic education but they simply don't allow for it.

D21: How and why did you begin to make a zine yourself?

OK: At the biennale in Istanbul there was a video exhibited that showed the daily activity of a Chinese hairdresser. It was really cleverly presented, although in the end the whole thing was nothing more than exoticism. If you had taken the setting of China away, then the video would have been totally banal. I still love those sorts of stories, but more in written form. Therefore I concluded that something, a certain format, should be invented that suits those sorts of stories because they are too undramatic to position in Flash Art as great artworks. This was pretty much the beginning, the starting thought of *We.Are.The.Artists*. The name of the zine is rooted in the idea that the artist does nothing more than capture in words a personal experience from their local art scene and then publish it. For the last fifteen years I've actually wanted to make a real Hello!-magazine of the art scene, but it was difficult in such a small system where everyone is dependant on each other: As a curator you write every now and then, you are part of juries or you're invited to be on a jury and on these juries there are also artists. This means that when you write about artists you have to watch that they don't sit on too many panels because if you write a scathing critique then you don't get the jury job, and so on. It is thus very difficult in the area of art or art criticism to gossip. For this reason the contributors to *We.Are.The.Artists* remain anonymous. I myself also write art criticism. I like doing it. It is a specific form of examining art, but what I also enjoy is the

ruthlessness of the opinions within the context of a vernissage where you can observe a kind of silent consensus that I find just as important as the dominant art critical discourse. I believe that in such vernissage situations important decisions are often made. They will not be made based on the great texts that people write, rather they will be made in really open, short and concise talks. And I find this parallel world of art discourse next to the official one very exciting.

An additional advantage of this publication project is that you can do it as required. If you don't have money to realise your idea or no burning, important idea at all, then you can simply postpone it for one to two years. You have no market to serve, no advertisers who have to regularly advertise their exhibitions and therefore it's really free; however the large amount of freedom can also mean that you have long periods where you don't do anything.

D21: Where do you see similarities between the two projects?

OK: The first keyword that seems important to me is accessibility. There is an art education, by now an official art education, that is very pedagogic [working with schools etc.] and quite often adjusts to an expert audience.

I think that's great but at the same time there is unfortunately few good, accessible forms of art mediation. I believe there is almost nothing that an art museum shouldn't do in order to interest its visitors. That doesn't mean that you should worry about every last idiot understanding the exhibition because that's never possible but it's got to do with the idea that someone has, just once, a positive experience in an art museum. *Der Dritte Raum* is one example of this accessible format and everyone, from the children who play there to the 80-year-old grandma, finds it beautiful.

A further similarity is the open communication. Behind this is the claim that I followed with *Der Dritte Raum*, that you linger happily, and if you linger somewhere then you usually chat happily to the people around you. As well as this there is the deficit status quo. That is an aggravating factor but I actually take pleasure in improving bad situations and I believe that the experience of a deficit at the beginning was common to both projects. You simply need to start work and deal with the concrete situation on the ground. I think that this experience of a deficit is enormously valuable because if everything is good then you can't change much.

A *Ha-Ha* [aka. Aha] is a deep ditch below ground level, surrounded by escarpments.

In horticulture it is used to make up for a more obvious obstacle [like a wall or fence]. As a result of its 'low-threshold quality' [in German: 'Niederschwelligkeit'], the Ha-Ha suggests a seamless transition from a garden to an adjacent landscape.

ill. p. 12 German part

ALAIN BIEBER

Hamburg-based art critic and curator Alain Bieber and his wife Alexandra together organise the curated kiosk and magazine club *GuteSeiten* [www.gute-seiten.net]. It's an online platform to facilitate networking and distribution for zine makers and readers who can borrow as well as buy publications.

D21: How does *GuteSeiten* work?

AB: *GuteSeiten* is most importantly an online platform. On our website you'll find a news blog, a catalogue of all magazines that we distribute and a community. Our main idea really was to help connect the scene [authors, photographers, designers, magazine lovers and readers] and make it easier to get in touch with people. *GuteSeiten* is a non-profit, alternative sales platform. We've noticed that the critical factor for many of the magazine makers is often distribution. There is no lack of people, ideas or creativity, but eventually it often lacks the right contacts or opportunities to get their publications sold. For most of the magazines the *German Press Distribution* is out of the question because it's way too expensive, and even bookstores take high percentages.

Our collection consists of a number of carefully selected magazines from different topics like art, design, architecture, illustration, music and photography. We really try to be the 'good guys' by letting the magazine makers decide themselves what percentage they can give us.

We don't make any profit: Everything we gain is redirected into acquiring new magazines and setting-up an archive, our *Zinothek*. From this collection you can borrow magazines, always two at a time, that are sent home to you and after reading, you send them back to us and receive the next two. It's also possible to personalize your subscription and set specific topic-related preferences.

D21: Zines and magazines – what's the difference?

AB: Many zines are made by individuals or collectives who focus on their own artworks. The magazines that we sell and promote are more like monothematic fringe magazines. For example, there's one called *Hoffnung*, made by art students from Hamburg. It's a handmade magazine in an edition of 80, where every issue is a unique copy. Or take *DerDieDas*, a monothematic, alphabetical magazine from Switzerland, which deals with a different object in every issue.

In August 2010, *GuteSeiten* announced that there will be no more loan and shipping of magazines because the organizers are moving abroad. The website and the archive, however, remain.

The Möbius strip is a two-dimensional structure that has only one side and one surface. It demonstrates the principle of infinity and repetition.
→ ill. p. 13 German part

In the first issue their topic was 'Apfel' [apple], followed by 'Büroklammer' [paper-clip] and 'Cord' [cord]. Another example is *Klebstoff* from Dresden. Here, the whole magazine is a sticker, every page, even the cover, can be taken off and used as a sticker. *Screenshots* from Berlin is one of my favourite magazines – for every issue, the artist draws certain scenes from their favourite movies. Or *Good vs. Evil*, *Ein Magazin über Orte*, *SchinkenOmi*, *Turbochainsaw*, *Blackpages*, *Mandy*, *Schnitzel* – to name just a few prominent examples; altogether, we offer more than 60 different magazines.

D21: Is *GuteSeiten* an online-project only?

AB: No, we're not only a virtual kiosk but organise live events as well. For example, we did this project in Hamburg where we had an empty space for one month. It turned out that it was the former location of *Hamburger Abendblatt*, a newspaper. It still said 'Blatt' on the façade outside and so that's how we called the whole project. It consisted of an exhibition of publications in the space that lasted for one month and every Thursday we invited a publisher to talk about a certain topic, e.g. modes of distribution etc. One of the highlights was Hamburg's first Magazine Marathon: For this event we invited all Hamburg-based publishers of independent magazines. They were each given ten minutes to present their publication projects. I think it was a rather nice get together.

The biggest event that we have organised so far was an attack on Hamburg's so – called *Lead-Award*. This is a rather elitist price, a big spectacle – and extremely boring. It's mostly chief editors and publishers of very big publishing houses who attend this event. The magazines are on display in these showcases of glass, only to be looked at, not touched. It's not a secret that in most cases, it's the sponsors who win the price. We wanted to organise a counter event to this, simply because I believe that the participants involved in the *Lead-Award* do not represent the vanguard of magazine publishers. There are many, much more exciting magazines, and a much broader variety than just the products that the big publishing houses offer.

So, one week before the official *Lead-Award* we organised this magazine fair in *Kunstverein Hamburg*. That's how it started. Many publishers of small magazines came for the fair. Every participant had a table to present their publication. We also had an exhibition in one of the rooms with about 80 magazines on display. The whole idea was very well received. Once more, we noticed that these kinds of publications are much requested in Hamburg, there is a high demand, but the whole scene lacks points of contact.

Video-still from Peter Greenaway's
shortfilm *H is for House* [1973].
This cinematic appraisal of rural life
contains a list of words and
pictures all of which begin with the
letter 'H'. 'Happiness, hysterectomy,
Hampstead, His Holiness, Hitler,
Heaven and Hell' all belong to one
and the same category.
→ ill. p. 14 German part

In Berlin, there are stores like *Motto*, *Do you read me?!* or *ProQm* that offer a good selection of magazines - but Hamburg, in this respect, is still rather boring. The highlight at the event in *Kunstverein Hamburg* then was the awards ceremony. Again, we tried to come up with something special for this: We had started an open call before the event to ask for submissions. There was a jury, too, and for the awards show itself, we produced a kind of Live-Magazine. Therefore, we invited journalists to present a story, live. So one fashion journalist for example talked about recent fashion trends and parallel to this, there was a live fashion parade. A music journalist made an interview with a band live on stage and then the band played their new song.

The winner of the *GuteSeiten*-Award 2010 was the Berlin-based magazine *Der Wedding*. Another thing we're working on at the moment is to establish *points-of-sale* in other galleries and shops, so basically shelves with our magazine selection on display. Our dream is to really have a kind of Independent Kiosk someday. Unfortunately, we neither have enough time nor money or potential for that at the moment.

D21: Why do you think self-publishing is [once again] so popular?

AB: I believe that more and more people are very turned off by the readability and speed, by this whole fuss about online. There is a manifesto that deals with Slow Media. The authors claim that in the second decade the point will not be to find new technologies that make it once again easier, faster and cheaper to produce and design contents, instead it will be about developing an adequate reaction to this media revolution in order to integrate it into our lives politically, socially and culturally and to be able to use it in constructive ways. Unlike the *Slow Food* movement [as opposed to *Fast Food*] *Slow Media* is not so much about fast consumption, but about a thoughtful selection of ingredients and a careful and concentrated preparation. Keywords here are sustainability, mono-tasking and the attempt to turn passive consumers into active producers. And my second assumption: It could be that there are structural reasons for this trend that have to do with the media crisis. Since I work in a big publishing house myself, I notice everyday how shrinking sales figures are followed by a decrease in courage.

That is, well-tried recipes are used again and again. What was mainstream is already getting even more mainstream. And above all, saving money is an omnipresent command. For many photographers, graphic designers, illustrators etc. this means that they just don't have a market anymore. Therefore, they have to create their own market, that is: start their own magazine. Aside from that, a big advantage also lies in having the ability to run riot

Installation view of 'Beyond Kiosk - Modes of Multiplication' im MUDAM Luxembourg, 2009. This travelling exhibition and collection of independent art / artist publications was set up by Christoph Keller [*Revolver Publishing*].

→ ill. p. 15 German part

without making too many concessions to annoying art directors or chief editors. What's more, this specific mindset, the attitude that has become lost because of the much stronger commercialisation and a growing 'mainstreamisation'.

There are many parallels to what is happening in the music industries. Print is the new vinyl – magazines are objects for aficionados. It's a kind of fetish, like records for DJs. Because magazines are these haptic *Gesamtkunstwerke* I want to touch them, put them on the shelf and keep them. And of course, many flirt with a DIY punk attitude. This rebelliousness can be found in many of the magazines. I think the trend is towards niches and that there will always be paper fetishists.

„Downloads are quick and easy but nothing beats the joy of holding a heavy piece of vinyl,” says Steve Clancey, a Brixton-based vinyl dealer. In Great Britain most 7 inch vinyls were sold in 1979 [89 millions]. As CDs became more popular the number of sold records per year sank below 180,000 in 2001. 2009 saw an increase of sales again, rising to 223,000 sold records.

JAN WENZEL

Jan Wenzel lives and works as a publisher in Leipzig and is the co-editor of *Spector cut+paste* magazine. In his lecture at *D21 Kunstraum* he presented his ideas on what it might be that makes self-publishing so popular for people working in the arts.

D21: So how does one distinguish zines from other publications [magazines, books etc.]?

JW: I don't actually think it's possible to make a clear distinction between artzines, magazines and books. I believe the meaning of these terms is prone to change. Even if in theory a distinction between these different forms was possible, it wouldn't be relevant because in practice people often work with more than one of the above-mentioned media.

My background is in publishing for magazines. In 2001, I started *Spector cut+paste* with Markus Dreßen and Anne König. The magazine has been published four times over the past years. All the issues I find interesting in publishing are influenced by what I have experienced and learnt by making this magazine. So this is where I come from, and that is why my perspective is also radically subjective.

D21: What influence does the Internet have on publishing?

JW: Firstly, I'd like to stress that all these predictions in the 1990s surrounding the emergence of the Internet did not come true: print media has not died.

I'd rather say that the Internet and books complement one another. As a matter of fact, the Internet allows for an ongoing mode of publishing that has made it more attractive for people to work with printed matter in order to have another form of publicity. Through the Internet we have become more aware of the different ways in which information is delivered to us. Hence, it is a deliberate decision to print information rather than publishing it online.

Furthermore the publication – be it an artzine, a magazine, a book – reaches places that the publishers probably would never have imagined. For instance, *Spector cut+paste* has readers in Brazil and in the US. On the other hand, we found out that our layouts had suddenly emerged on shopping bags of an American fashion store chain. It is simply impossible to control and determine in advance where the publications will pop up. The far-reaching distribution of publications, their flow, is really astonishing. Of course this also relates to the fact that people have been linking-up and networking more intensively through the

Rob Matthews' Wikipedia
book contains more than 400
articles on 5,000 pages -
approximately 0.01% of the
Wikipedia Encyclopdia.
→ ill. p. 17 German part

Internet. There is more exchange now between producers and those people who take publications as a starting point for their own projects. These networks are powerful tools in distributing and spreading contents via the Internet.

They also reflect the way contemporary art operates on a global scale. This is why books or magazines that are released at the same time in Leipzig, Berlin, Seoul, New York or London can provide for a large spatial dissemination. This ability of printed matter to circulate internationally also facilitates the act of finding exactly those people who share one's interests and to organise passions, so to speak. I have the impression that styles and forms of articulation vary so much these days that for some publications, there might be no more than 200 people around the world who are interested in precisely the same thing because they can relate it to their own work or projects.

D21: What makes self-publishing so attractive for you?

JW: I believe there is a huge difference between making a book for someone else or actually publishing it yourself.

The magazine can be read as a stage that you build yourself – I think that's an important factor. It is through these kinds of self-determined, free projects that artists, authors or designers can truly come to the fore and show everyone what they can do. If you work as a service provider, there is always somebody else to claim authorship for a product. But with artzines or other small magazines, it is your own product – a product that allows you to 'appear', to accentuate a certain attitude. Thus, the symbolic capital that you achieve will be credited to you. So, unlike the situation in which a publishing house or an institution will interfere, it is possible in these small publications to articulate your own subjectivity.

I think that these days, the content or the topic that you choose is not as important as how you deal with it. A lot is communicated simply through the creation of links and the blend of different materials. The way in which pictures, texts or other formats are put in relation to one another is crucial in order to establish new forms of articulation by means of their assortment and composition. This is also something that can be practised specifically with these small publications: artists, designers and authors learn to appropriate a specificity, to say something in their very own way. A magazine is something that you don't do all by yourself. As soon as your work is not determined and

Video-still of an interview with Nicolas Bourriaud, curator of the 2009 *Tate Triennale*, who said: "We're not in a multicultural era anymore.[...] the artists are inventing this new modernity which is global from scratch." → ill. p. 18 German part

'It's a Book, It's a Stage, It's a Public Place' was a one-day get-together of independent publishers in Leipzig that constitutes one of many junctions in a global network of independent authors, graphic designers and artists. It was initiated by *Spector cut+paste*. → ill. p. 18 German part

Today everyone can arrange and publish contents by means of many well-established, popular desktop-publishing programs. An article in the German newspaper *NZZ* [29 Dec 2006] called this the 'Triumph of the Amateur': "The democratisation began in the 1970s with the PC. This led to a situation, in which one innovation invigorated the next very quickly." → ill. p. 19 German part

organised by an institution anymore, you have to establish a framework that enables you to work with others. Moreover, I believe that in the field of cultural production this is an enormously important skill, and it is crucial to the production of magazines such as *starship*, *Spector cut+paste* or *PROVENCE*. Nonetheless, this might be less applicable to those artzines where one person often decides everything and does everything.

D21: How does this affect your work on *Spector cut+paste*?

JW: One thing that has always been very important for our work on *Spector cut+paste* is working with collective methods of production. This process implies that a number of people develop an inventory of ideas, attitudes and a formal vocabulary; they also build confidence in each other, thus making new ways of production possible. I believe that to be very important.

This form of collaboration that you would start with while working on your own publications can later be applied to bigger book projects or collaborations with artists. One quality of continuous group work can be learning how to argue, how to react adequately to the contradictions and the dissent that is part of every project. It's a chance to debate and stress your point in ways that you couldn't get away with normally. These small forms of independent publishing may be more suitable for this than other forms of publishing.

Another skill you need and learn is the capacity to improvise and to organise a work process in ways that are not based on discipline but on the ability to respond to one another. This also implies that you have to be able to take over when somebody within the group is tied up with other tasks, or to organise a different work flow within the group.

D21: Why are there so many self-publishing projects in the arts currently?

JW: In recent years there has been an almost frenetic disposition to self-publish in the arts. I wonder whether this is some kind of supernova – the extreme expansion of a sun shortly before its end. Well, I believe that the aspect of self-empowerment has certainly contributed to the attractiveness of publishing. By self-empowerment, I mean speaking-for-oneself, presenting one's opinion in the public sphere.

We found this image in *DotDotDot 17*, accompanied by the following annotation: "L is for Language. Writing & Reading are to do with the eye: they are visual & optical. Listening & speaking are to do with the ear [and the mouth]: they are aural & acoustic." → ill. p. 20
German part

The above-mentioned elements of a training camp are certainly relevant. That is to say you acquire certain skills and qualities that can be brought elsewhere. The interesting point is that your independent publishing projects can also become the starting point for a constitutive practice by founding your own little publishing house. In fact, I consider this opportunity to be extremely attractive because it means that you don't necessarily have to start working for a big publishing house.

Another reason that seems to account for the prevailing popularity of publications in the arts is their ability to circulate. People with similar interests can find each other more easily nowadays. In addition to that, working for a minority readership implies that you can utilize non-standard, sometimes eccentric formulations. By contrast, if you produce 10,000 copies of a book, your style could never be as precisely enunciated, simply because it wouldn't appeal to that many people.

I believe that artzines open up many opportunities for visual experiments and the testing out of styles – in text as well as in design. You become acquainted with a lot of different stylistic elements and ways to handle a certain material or topic. In some cases you could use them for your own work. This is, I guess, why people buy these publications, because they are interested in these particular styles.

Independent-publishing represents a critique of the existing practice, simply by showing an alternative – not because the aim is to be marginal, but because you want to do something that will have an impact on society. Although Do-It-Yourself corresponds with certain neo-liberal values and demands, I still believe that the ways in which something takes shape, how you individually give form to it, is not pre-determined, but up for discussion.

URS LEHNI & STEFAN MARX

Urs Lehni from Zurich [*Rollo Press*] and Stefan Marx from Hamburg [*The Lousy Livincompany*] talked about past and upcoming publication projects at the symposium, from the perspectives of a publisher and an artist respectively.

D21: Urs, how did you start with self-publishing?

UL: My background actually is that of a graphic designer and I have designed many books for institutions and museums in Zurich. This sometimes involved very complicated and protracted processes. So after working in institutional cooperations for a while, I wanted to work in ways that would allow for a somewhat faster, more direct and self-determined production. In late 2007, when I had these concerns about institutional publishing, I browsed *eBay* and found a Risograph that was listed among other printers and copy machines.

For *Rollo Press*, that I set up in late 2007/early 2008, I work with an automated, refined version of a mimeograph machine: a Risograph. But there are also other companies that produce them, like *Ricoh*. Riso is the company that started it and it's the market leader by now, I think. This happened at about the same time *DotDotDot Nr. 15* by Stuart Bailey and David Reinfurt came out. An issue that was produced on-site in Geneva as part of the exhibition *Wouldn't it be nice*, and in collaboration with a Dutch printer called *Extrapool* from Nijmegen. They have been working almost exclusively on these Stencil Printers for more than twenty years now. I saw the quality of their prints and thought:

"Wow! That looks great!"

So then I bought the machine. I thought I could just do it like they did right away, but I had to learn that it took *Extrapool* twenty years to bring their technique to perfection [four-colour processes, varnish coating, white colour etc.]. Yet it didn't take too long for me to come to terms with the machine.

D21: How does printing on a Riso work?

UL: Although from the outside a Risograph looks a bit like a Xerox machine, the interiors and technology inside are very different. First, you have this impression cylinder that's set to a certain colour, so in a sense you can print only single-coloured, monochromic templates. But it is possible to buy different kinds of cylinders in addition to that, in order to make two-, three- or four-coloured prints. By the way, you can order this machine. They still produce them. Mine must be about twelve or fourteen years now, and is running and running... Then on this impression cylinder, there is a membrane, a kind of expendable texture. It is used to make a master, thus it's called master stencil. All of this happens automatically inside the machine. You just connect it with your computer and send all the data. What is to be printed gets burned into the membrane through a thermo-converter

that has a lot of holes. At these spots the membrane becomes pervious. Then colour comes from inside of the bowl, and through rotation is pressed onto the paper.

D21: What was the first publishing project you two did together?

UL: Actually the first thing I did on the machine was a project together with Stefan: the *Lousy Animals and Friends Colouring Book*, which is available in the 5th extended and updated edition now.

SM: I was intrigued by the machine that Urs had bought because I had also seen and marvelled at this issue of *DotDotDot* that we talked about a lot. At one point, when it was time for my next visit to Zurich, Urs suggested that while I was there, we could make a little publication together. Urs' friend was about to open a small shop for used wooden toys at that time, hence Urs suggested we make a children's colouring book. The night before going to Zurich I made some drawings with animals for this purpose. We then combined them in Zurich and adjacently printed a little zine in an edition of 200. We presented this colouring book in the toy store, called *Mini*. After the opening of the store, there was a little book-lounge, for which we had laid out drawings in the shop-windows. There were also many kids around and so we distributed a couple of sheets for them to colour in. That was much appreciated and so the first edition was more or less directly sold out. Then we thought about how to go on, wondering whether we should reprint it on the same paper using the same colours, or if we should turn it into something different. Since it was only one A3-sheet folded to A4, we thought we'd just put in one more sheet with two new drawings for the next, this way extended, edition. The fifth edition now contains ten drawings more than the first one. The colours we use for the cover vary as well. We kind of try to test out and raise the limit of what's possible with every edition. So this time the cover is already printed with five colours on it.

UL: It should always have as many colours as the edition counts: fifth edition: five colours, sixth edition: six colours...

SM: We're kind of proud that with such a small project we have reached a large edition like that – more than one thousand by now. For the *Independent*-sector that is already a relatively high number. Plus we've had interesting critiques in rather established magazines and so on.

D21: What's independent, what's mainstream for you?

UL: I don't like to talk about independent-publishing because this term suggests that it can only exist in opposition to institutional-publishing. I usually talk about self-publishing. I think that the whole way in which *Rollo Press* works and how it looks like is rather close to something like the Private Press of the 1880s, the times of the nascent industrialisation, when these counter-movements

In the episode 'Fraudcast News' in *The Simpsons*, director Skinner borrows Lisa Simpson his old hand press. UL: "This machine permits Lisa to work in a direct and self-determined way, and this is also what *Rollo Press* is about for me."
→ ill. p. 23 German part

emerged. Furthermore, I believe that the term independent as antithetical to mainstream isn't adequate because, what I would like to think of all my publications, is that they would have earned the right to be mainstream, but the means to produce them this way simply doesn't exist. We have discussed it many times: You could interpret the work that we've done with the colouring book as a kind of case study. With this in hand, you could go to a bigger publishing house and tell them: We have already sold more than 1000 copies, they sell like hot cakes – would you like to consider publishing the book and maybe producing it more professionally? I think that has a lot of potential and there are many different ways that make self-publishing interesting, not just as a private hobby but also as a test field to experiment with markets.

D21: How do you deal with copyright issues when it comes to appropriated content?

UL: Last autumn, I was invited to participate in the exhibition *Forms of Inquiry* that took place in Switzerland in Lausanne and was called *The Architecture of Critical Graphic Design*. Zak Kyes who launched and curated the whole project is a graphic designer himself. For the exhibition, this one book crossed my mind again that I had been looking out for but never found. But then I hit upon this high-resolution PDF on the *Public Collector's* website, for which somebody had scanned the whole book. So I suggested to Zak Kyes that we could re-materialise this book for the exhibition. Then I brought the whole *Rollo Press* setup to Lausanne. The book had to be adapted a little bit in order to measure up to the machine. That's why a great deal was pre-printed in the studio and the rest in the exhibition – a bit like in a show case. It worked in this way: people who wanted to have a copy had to assemble the single pages themselves. At the end of the table there was a spiral binder machine. The legal situation here is a bit tricky because the content we provided were basically stolen, but the book actually consisted of manuals of how to build your own furniture, construction manuals from the 1970s of the Californian school of 'Do-it-yourself-Architecture'. The original was sold for 5 Dollars. These days you can spend up to 500 Dollars for it on second-hand book websites. This was also kind of my motivation to reprint this book: to make these manuals open to the public again. I decided to deal with this implicit legal situation by not selling the book on my website, instead I barter with it. Most people have offered me other books in exchange for it, but for example Sam De Groot from Amsterdam has sent me some self-made Ginger Beer. For me, this project illustrates really well how the value of printed matter can manifest itself in other ways than only monetarily. I am extremely excited when I check my post box in the mornings and receive a package where somebody writes,

"Okay, I have this. Would you like to swap it with that?"

D21: What do you make of the increasing influence of digitalisation and online-publishing? Does it have an effect on your work?

SM: Undramatic looked around in clubs in Hamburg last year – I'm

talking about the few that still exist – then you could see how the look of these notices for events, the copied flyers that were lying around everywhere, look really different now compared to five years ago because the facilities for reproduction have changed so radically: most notably because of online-printers that make it easier to print a double-sided offset on some kind of shitty glossy paper...

In any case, I don't enjoy collecting and looking at flyers that much any more. The design of course has also radically changed through the democratisation of graphic design programmes. In addition to that there is the price factor: it's just so very cheap to order one thousand flyers to be printed at some online press, instead of maybe just one hundred single-sided ones at a copy shop down the road. That actually makes me a bit sad. You can find them here and there in certain spots. I find myself looking out for those types of paper these days.

Since 2007, I have started to do these drawings on the back of found pieces of paper – flyers, doctors' notes, train tickets or whatever I find in my pockets that I have picked up in bars or clubs. I use pieces of paper where the back is usually white or blank and on which there is room for a note or a drawing.

So, by the end of 2008, when I was moving to a new flat, I found an envelope with a lot of stuff that I had collected, like crumpled papers that all had these drawings on the back: of people I went out with, or people I had seen in a bus, on the train or at the airport. For some drawings I couldn't even remember any more because they had been produced in a totally comatose state. In any case, I very much enjoyed looking through these drawings again that had always resulted between situations; in between boredom, going out, waiting, almost falling asleep, where I had almost nothing else to do other than to look at my surroundings, spend time with myself and draw.

D21: So how did you combine these loose drawings for a book?

SM: The book *85 Zeichnungen [85 Drawings]* contains documentation not only of these drawings but also of the front and back of the medium they were on, so the respective papers. On all double-page spreads you mostly find drawings of people, but also all kinds of notes. I found it very interesting to make a publication where the viewer still gets an impression where, and maybe even roughly when the drawings were made because, on most flyers you'll find a date that indicates that. It was quite a lot of work to prepare all the data for *85 Zeichnungen* to be printed on the Riso and to get to the point where we could reproduce all the different paper colours by using only the Riso colours at hand, in other words this Light Green, Blue, Black etc. The data had to be sent through the Riso a lot of times for this to match.

UL: Yes, I also found that interesting. It was like a challenge to get as close to the original as possible, to simulate it within the means of the machine, which are extremely limited. The whole process was rather exciting for me. Stefan just gave me this envelope with, I think it was more than 85, or maybe 200 drawings. I had already ordered paper at a very early stage.

We agreed that we wanted it to be 150 to 200 copies in the end [I think we ended up with 170, if I'm not mistaken]. Then I just started to produce sheet after sheet. And when there was no more paper left, the book, as it were, was finished. There could have also been 92 drawings inside, or less. I was fascinated by the fact that I had the chance to decide upon the sequence of drawings in the book by using the readily printed material.

I think we had 140 pages in the book, so that means we worked with 70 stacks of paper that each consisted of 170 sheets. This means we had to walk this little tour along the stacks 170 times altogether. Therefore, almost every horizontal surface with an empty spot soon carried a pile of paper. We both take pride in the honour we received last year where *85 Zeichnungen* was awarded one of *The Most Beautiful Swiss Books [2009]*. This competition is held annually by the *Swiss Federal Office for Culture*. To be given credit by the highest authorities for something that I sometimes call into question myself, really feels like a great motivation to continue in this way.

D21: Stefan, when and how did you start publishing?

SM: It started in the mid-1990s for me. My background as an artist and graphic designer is related to the culture of skateboarding and this, of course, is pretty much about DIY and trying to get something you'd like to have but cannot get or which just isn't available and you have to somehow obtain in your own right. I grew up in a tiny village south of Kassel and at that time there was no skateboarding scene there like the ones we knew of from bigger cities. You always had to be very persistent in order to obtain stuff that you wanted. This created a kind of parallel universe. The brands that were celebrated in magazines and skate-shops in bigger cities at that time all came from the States and were built on that image of American skateboarders. But it was hard for us with these T-shirts to show people that we also liked this kind of image. So, at one point, I just started to design my own T-shirts. That somehow made it easier to say what I wanted to say, by having my own drawing on a T-shirt instead of buying a really expensive one in one of the skate-shops that, back then, nobody in my school would have understood anyway. So I started publishing by making these T-shirts. This is something I'd definitely call publishing. When I was 16, I started my own T-shirt label. It's called *The Lousy Livincompany*. It's still one of my hobbies. Twice a year, I publish this T-shirt collection that I think of more as an edition because these drawings on T-shirts are produced in a certain run and there is no reprint afterwards.

D21: How did your collaboration with the Swiss publishing house *Nieves* come about?

SM: It was because of the T-shirts that I began to make zines. Or actually it was through skateboarding. Back then I tried to do a skateboard fanzine. It was also a kind of *Lousy Livin' magazine*, where you could get news about everything to do with my little T-shirt label. Through making these *Lousy zines* I hit upon the Swiss publishing house *Nieves* in 2003. That year I had been

invited to participate in an exhibition in London, called *The Side Effects of Urethane*. Urethane is the material that skateboard wheels are made of. There were some really famous artists from the States who had come for the show. In particular I remember that there was one, Tobin Yelland, a skateboard photographer, who I had discovered in the early 1990s in skateboard magazines and whose work I liked a lot. He told me he was working with a Swiss publisher for a little zine he wanted to do. I didn't know *Nieves* at that time, so I was very surprised and thought: Why on earth is Tobin from New York going to make a little copied book in an edition of maybe 100 with a publisher from Switzerland? I was completely wrong of course. Soon after we had this conversation, I ordered Tobin's publication and saw that everything was just right and very well done: good zine, good workmanship, good wrapping, small price. I was extremely thrilled. So in exchange I sent some of my *Lousy zines* to Benjamin Sommerhalder, the founder of *Nieves*. This is how we got in touch and at one point he invited me to make a zine with him too. So in 2004 I published the zine *Andere Mütter haben auch schöne Töchter* at *Nieves* and ever since I have been working with Benjamin. So far, we've published eight zines and three [I guess you could say] books together, where the edition was always below 100.

D21: What do you think accounts for *Nieves*' great success?

SM: I can only say that Benjamin was – well, maybe I shouldn't say a trendsetter – but he definitely increased the popularity of zines and small copy books at the beginning of this century significantly.

UL: I believe that the trick or the clever thing was that he started very early on to produce these eight- or sixteen-page black-and-white zines in collaboration with these big names, and by that I mean popular members of the American skateboard scene. I don't think anyone else did this at that time. And it is also very much what self-publishing is about, that it is kind of coming from the underground as opposed to working with established representatives, that are part of the official art system and already known by everyone anyway. In addition to that, I think it's Benjamin's persistence... He's been doing this now for about ten years, he basically makes a living from it. *Nieves* by now is like a fully functioning publishing house. It's something that grew naturally, which makes it so interesting to track and see the development. So, yes, I think the trick was just to work with people who weren't as well-known back then.

D21: Can you let us know more about your last project with *Nieves*, Stefan?

SM: Last month [in April 2010], I had been invited to go to Tokyo with Benjamin, to *UTRECHT / NOW IDEa*. It's a small publisher in Tokyo and at the same time, it's also a bookshop for art books.

Urethane [C3H7NO2] belongs to a group of elements called Carbamates. It does harm to the human liver, the central nervous system and those organs responsible for haematosiis.

→ ill. p. 27 German part

Attached to it, they have a show room, *NOW IDEa*, where they exhibit artists who work with zines and small publications. Hiroshi who runs *UTRECHT* had asked me in advance, if I could imagine doing a little performance making portraits of people on the terrace for one afternoon; kind of similar to what I did for the drawings in my *Travel Zines*. At first I wasn't sure how people would like that; they would pay for a portrait and then get these drawings of sorts to take home that probably don't even look very much like they do. But in the end, I found myself sitting on this terrace in Tokyo and making portraits of 30 Japanese men and women. I usually prefer to draw people who somehow have a distinctive, interesting look, something good, striking. These are the kinds of characters I tend to choose when I am travelling. So the first person who came that day was this Hip Hop-Japanese boy. I was so happy about it. Out of 100 Japanese people I would have definitely picked that guy. However, five sessions later, I was confronted with the most beautiful Japanese girls, so that it was almost impossible to draw, at least for me it was tough. But I didn't want to disappoint them completely, so I took pains to do it... That was my first performance of this kind and for me it was really interesting because the distance that usually separates me from the person I am drawing kind of went missing. In addition to that, we then made a little box with all the *Travel Zines* that Benjamin had published.

D21: What makes self-publishing so interesting or attractive for you?

UL: Maybe one reason why self-publishing is so attractive is that it is something handmade – as opposed to, say, an item you buy in a supermarket. And then, for me as a producer, it's just nice not to sit in front of my computer all the time. Even though the gathering and so on can be a bit of a pain, it's still a different disposition that you take on. With these things that you assemble yourself and then just staple, production costs are extremely low.

This is another advantage of this technology, that the price you pay per copy is much lower than if you photocopy or make a laser printout. Between 50 and 500 copies is the cheapest way of reproduction. This is also why you can sell them at a good price.

In April, the *New York Times* published an article that mentioned some numbers concerning this whole phenomenon. It said that last year there was an increase in self-publishing of 180% and that institutional publishing stayed more or less the same or even went down a bit. The article focuses more on self-published literature in particular, but I think it's nonetheless interesting to see that there is a rather vibrant scene at the moment. In the end, the question is, is this just a trend, like DJ-ing in the 1990s? Everyone will have their own publishing house soon. That might come – but then pass again.

URS LEHNI & STEFAN MARX

Urs Lehni aus Zürich [Rollo Press] und Stefan Marx aus Hamburg [The Lousy LivingCompany] präsentieren abwechselnd aus Sicht des Verlegers und des Produzenten ihre Publikationsprojekte.

D21: Urs, wie bist du zum Self-Publishing gekommen?

UL: Mein Hintergrund ist eigentlich Grafikdesigner und ich habe viele Bücher gestaltet für Institutionen und Museen in Zürich. Das sind oft sehr komplizierte und langwierige Prozesse. Irgendwie kam nach einer gewissen Zeit, die man in solchen Kooperationen verbracht hat, das Bedürfnis auf, schneller, direkter und irgendwie selbstbestimmter arbeiten zu können. Ende 2007 als Reaktion auf diese ganze institutionelle Zusammenarbeit wollte ich mir ursprünglich eine Kopiermaschine kaufen, habe dann auf eBay gesucht und bin dabei auf einen Risographen gestoßen, der im gleichen Listing auftauchte.

Bei Rollo Press, das ich Ende 2007 bzw. Anfang 2008 gegründet habe, arbeite ich mit einer halbautomatisierten Weiterentwicklung eines Mimeographen: einem Risographen. Es gibt sie aber auch von verschiedenen anderen Firmen, wie Ricoh. Riso ist die Firma, die damit angefangen hat und mittlerweile quasi der Marktführer ist. Das war eigentlich auch zur gleichen Zeit wie *DotDotDot Nr.15* herausgekommen ist, von Stuart Bailey und David Reifman, die sie in Genf on-site produziert haben, als Teil der Ausstellung Wouldn't it be nice, und in Zusammenarbeit mit einer holländischen Druckwerkstatt.

Das war *Extrapool* aus Nijmegen. Die arbeiten dort schon seit zwanzig Jahren eigentlich ausschließlich auf diesen Stencil-Printern. Ich habe dort die Druckqualität gesehen und gedacht:

„Wow, das sieht super aus!“

Daraufhin habe ich die Maschine gekauft. Ich dachte, ich könnte das dann direkt auch so machen, doch musste lernen, dass *Extrapool* in zwanzig Jahren ihre Technik perfektioniert haben [Vierfarbdrucke zu machen, Lacke, weiß etc.]. Ich hab mich dann aber doch sehr schnell mit der Maschine angefreundet.

Self-Publishing

Wouldn't it be nice ist der Eröffnungssong des *Pet Sounds*-Albums der *Beach Boys*. Brian Wilson erklärte 1996 in einem Interview: „*Wouldn't It Be Nice* [...] expresses the frustrations of youth, what you can't have, what you really want and you have to wait for it.“



D21: Wie genau funktioniert das Drucken auf dem Risographen?

UL: Der Risograph sieht zwar von außen aus wie ein Fotokopierer, doch innen ist die Technik dann doch ziemlich verschieden. Es gibt diesen Druckzylinder, der ist in einer bestimmten Farbe eingewerkt und eigentlich kann man immer nur einfarbig drucken. Man kann sich aber eben verschiedene Sorten Zylinder dazukaufen und dann zweifarbig, dreifarbig, vierfarbig usw. monochrom drucken. Die Maschine kann man immer noch bestellen, sie wird nach wie vor hergestellt. Meine ist jetzt zwölf oder vierzehn Jahre alt und läuft noch sehr gut.

Auf diesem Druckzylinder ist eine Folie drauf, ein Gewebe, das Verbrauchsmaterial ist. Damit wird ein Master gemacht, also eine Mastermatrize. Das passiert alles automatisch in der Maschinerie, das heißt, man kann sie an den Computer anstecken und die Daten schicken. Das, was gedruckt werden soll, wird dann mit einer Thermo-Einheit, die ganz viele Löcher hat, in das Gewebe gebrannt und dort wird das Gewebe durchlässig und die Farbe kommt dann von innen aus der Trommel und wird bei der Rotation auf das Papier gepresst.

D21: Was war euer erstes gemeinsames Druckprojekt?

UL: Eigentlich das erste, was ich mit der Maschine gemacht habe, war dann auch mit Stefan zusammen – das *Lousy Animals and Friends Colouring Book*, das es mittlerweile in der fünften erweiterten Fassung gibt.

SM: Ich habe damals mit großem Interesse verfolgt, dass Urs sich diese Maschine gekauft hat, denn ich hatte auch diese Ausgabe der *DotDotDot* sehr bestaunt, über die wir viel gesprochen haben. Dann stand bei mir wieder ein Besuch an, und Urs meinte, während ich in Zürich bin, könnten wir doch was Kleines drucken. Urs' Bekannte hat zu dieser Zeit einen kleinen Laden für gebrauchtes Holzspielzeug aufgemacht und so hat Urs dann vorgeschlagen, dass wir ein Malbuch machen. Am Abend bevor ich nach Zürich gegangen bin, habe ich Zeichnungen mit Tieren dafür gemacht. Die haben wir dann in Zürich ein bisschen kombiniert und als kleines Heft gedruckt, in einer Auflage von 200 Exemplaren. Dieses Malbuch wurde dann im Spielzeugladen *Mini* vorgestellt. Mit der Eröffnung des Ladens gab es eine kleine Book-Lounge, zu der wir Zeichnungen ins Schaufenster gelegt haben. Da kamen dann auch ganz viele Kids und wir haben ein paar Sheets zum Ausmalen ausgelegt.

Das ist auf großes Interesse gestoßen und die erste Auflage war direkt mehr oder weniger ausverkauft. Dann haben wir uns überlegt, wie es weitergeht: Ob wir noch einmal etwas nachdrucken auf dem gleichen Papier mit den gleichen Farben oder ob man eben etwas anderes daraus macht.

Da es einfach ein A3-Sheet gefaltet auf A4 ist, haben wir uns überlegt, bei der nächsten Auflage einen Sheet mehr einzufügen, mit zwei neuen Zeichnungen, als erweiterte Auflage. Die fünfte Auflage hat jetzt schon zehn Zeichnungen mehr als die erste. Die Farben auf dem Cover variieren



natürlich auch. Es ist schon ein bisschen so, dass es auch jedes Mal an unsere Grenzen geht: Diesmal hat das Cover schon fünf Farben.

UL: Es müsste eigentlich immer so viele Farben haben wie die Auflage, fünfte Auflage: fünf Farben, sechste Auflage: sechs Farben ...

SM: Wir sind eigentlich ganz stolz darauf, dass wir mit so einem kleinen Projekt jetzt die Tausender-Auflage erfüllt haben, was eigentlich in diesen Indie-Auflagenzahlen schon eine relativ hohe Auflagenzahl ist. Es gab auch schon ganz interessante Besprechungen in etablierten Magazinen und so weiter.

D21: Wo seht ihr euch in diesem häufig heraufbeschworenen Spannungsfeld von Independent vs. Mainstream?

UL: Ich rede nie gerne von Independent-Publishing, weil ich finde, dass das ein Begriff ist, der nur als Kontrapunkt zum institutionellen Publishing existieren kann. Ich spreche eigentlich meistens von Self-Publishing. Ich finde so die ganze Art und Weise, wie *Rollo Press* funktioniert und auch wie es aussieht, ist eigentlich am nächsten bei etwas wie einer Private Press, so wie 1880 zu Zeiten der aufkeimenden Industrialisierung, wo sich auch solche Gegenbewegungen gebildet haben. Den Begriff Independent als Gegensatz zum Mainstream finde ich auch deshalb nicht gültig, denn, was ich von allen meinen Publikationen denken möchte, ist, dass sie es eigentlich verdient hätten Mainstream zu sein, aber einfach die Mittel versagt sind, um das so zu produzieren. Wir haben schon oft darüber diskutiert: Man könnte die Arbeit, die wir mit dem Malbuch gemacht haben, quasi als Fallstudie lesen, mit der man auch zu einem größeren Verlag gehen und sagen könnte:

„Wir haben schon 1000 Bücher verkauft. Die gehen weg wie heiße Semmeln. Möchtet ihr euch überlegen, das Buch zu verlegen und vielleicht professioneller zu produzieren?“

Ich denke, da sind Modelle dahinter, die Self-Publishing interessant machen, nicht nur als privates Hobby, sondern als Testfeld, um eben auch Märkte zu testen.

D21: Wie sind eure Erfahrungen mit Publishing im Rahmen von Ausstellungen?

UL: Ich war im Herbst letzten Jahres eingeladen bei einer Ausstellung teilzunehmen, die in der Schweiz, in Lausanne, stattfand und sich *Forms of Inquiry: The Architecture of Critical Graphic Design* nannte. Das Ganze wurde lanciert von Zak Kyes, dem Kurator, der selbst auch Grafikdesigner ist. Dafür ist mir dieses Buch dann wieder in den Sinn gekommen, das ich schon oft gesucht, aber nie gefunden habe.

In der *Simpsons*-Folge ‚*Fraudcast News*‘ leiht Direktor Skinner Lisa Simpson seine alte Handpresse. UL: „Diese Maschine ermöglicht Lisa direkt und selbstbestimmt zu arbeiten und das ist das, was *Rollo Press* für mich eben auch ist.“



Ich bin dann allerdings auf der *Public Collectors*-Webseite auf ein hochaufgelöstes PDF gestoßen, wo jemand das ganze Buch eingescannt hat. Ich habe Zak Kyes dann vorgeschlagen, das Buch während der Ausstellung zu re-materialisieren. Ich habe also das ganze *Rollo Press*-Setup nach Lausanne gebracht. Das Buch musste so ein bisschen angepasst werden, um der Maschine gerecht zu werden. Deshalb wurde der größte Teil im Studio vorgedruckt und der Rest dann ein bisschen als Show Case in der Ausstellung selbst. Das funktionierte so, dass die Leute, die gerne eine Kopie haben wollten, sich diese selbst zusammentragen mussten. Am Ende des Tisches stand eine Ringmaschine.

Eigentlich geht das ein bisschen aus dem legalen Bereich heraus, weil es ja gestohlene Inhalte sind, aber das Buch beinhaltet solche Manuals, wie man sich Möbel selbst bauen kann, also Bauanleitungen aus den 1970er Jahren dieser kalifornischen Schule von ‚Do-It-Yourself-Architecture‘. Es wurde im Original für 5 Dollar verkauft und jetzt geht es auf Secondhand-Buchwebseiten für 400 bis 500 Dollar weg. Das war auch ein bisschen meine Motivation, dieses Buch neu aufzulegen – um die Manuals wieder zugänglich zu machen.

Ich hab mich dann dazu entschlossen, mit dieser unklaren Rechtssituation so umzugehen, dass ich dieses Buch nicht auf meiner Webseite verkaufe, sondern dass ich es zum Tausch anbiete. Die meisten Leute haben mir im Austausch für das Buch auch Bücher geschickt, aber zum Beispiel Sam De Groot aus Amsterdam hat selbstgemachtes Ingwerbier geschickt.

Das Projekt ist für mich ein befriedigendes Beispiel, wo sich der Wert des Gedruckten auch anders manifestiert als nur monetär. Ich freue mich extrem, wenn ich morgens an den Briefkasten gehe und so ein Paket kriege, wo jemand sagt:

„Okay, ich habe das, willst du einen Tausch machen dafür?“

D21: Wie empfindet ihr die zunehmende Digitalisierung und den Einfluss des Internets auf das Publizieren?

SM: Wenn man sich im letzten Jahr in Hamburger Clubs umgesehen hat, also den paar, die es da noch so gibt, dann fällt auf, dass die Veranstaltungshinweise, die kopierten Flyer, die man früher irgendwie noch an jeder Ecke herumliegen hatte, die jetzt total anders aussehen als noch vor fünf Jahren, weil die Reproduktionsmöglichkeiten sich eben radikal geändert haben: durch Online-Druckereien, die beidseitig Offset auf irgendeinem Glossy-Scheißpapier ermöglichen ...

Jedenfalls macht es mir nicht mehr so viel Spaß, Flyer mitzunehmen und anzuschauen. Die Gestaltung hat sich natürlich auch radikal verändert durch die Demokratisierung von Grafikdesign-Programmen. Hinzu kommt der preisliche Faktor, dass es eben sehr günstig ist 1000 Flyer bei diversen Online-Druckereien zu bestellen, anstatt irgendwie 100 einseitig kopierte Flyer beim Copy-Shop um die Ecke machen zu lassen, eigentlich traurig, aber ab und an gibt es das immer noch an diversen Stellen. Ich suche jetzt immer diese Art von

Zetteln ganz konzentriert. Seit 2007 ist eine zeichnerische Sparte bei mir entstanden, die Zeichnungen auf Rückseiten von Papieren umfasst. Das können gefundene Flyer, Veranstaltungshinweise, Arztterminnotizen, Bahntickets sein oder was auch immer man so in der Tasche hat, weil man es sich in irgendwelchen Bars oder Clubs mitnimmt, wo die Rückseite eine weiße oder unbeschriftete Fläche ist, die Platz für eine Notiz oder eine Zeichnung bietet.

Bei meinem Umzug Ende 2008 ist mir aufgefallen, dass ich einen Umschlag hatte mit gesammeltem Zeugs, zerknitterten Papieren, wo eben immer Zeichnungen hinten drauf waren. Sei es von irgendwelchen Personen aus dem Nachtleben oder Personen im Bus oder in der Bahn, am Flughafen oder Zeichnungen, an die ich mich gar nicht mehr erinnern konnte, weil sie in total komatösen Zuständen entstanden sind. Es hat mir jedenfalls viel Freude gemacht, diese Zeichnungen wieder durchzuschauen, die immer in Zwischensituationen entstanden sind: zwischen Langweile, Ausgehen, Warten, fast Einschlafen, wo ich eigentlich fast nichts anderes zu tun hatte, als mir die Umgebung anzuschauen, Zeit mit mir selbst zu verbringen und zu zeichnen.

D21: Wie habt ihr diese losen Zeichnungen in einem Buch umgesetzt?

SM: Das Buch *85 Zeichnungen* beinhaltet diese Dokumentation der Zeichnungen mit Vorder- und Rückseite des Trägers, also des jeweiligen Papiers. Auf den Doppelseiten sind meist Personenzeichnungen, aber auch irgendwelche Notizen. Ich fand es ganz interessant, eine Publikation zu machen, wo man als Betrachter eine Einschätzung bekommt, wo und vielleicht sogar in welchem Zeitraum die Zeichnungen ungefähr entstanden sind, weil diese Flyer meistens mit Daten versehen sind.

Es war ein ziemlich großer Aufwand, die Druckdaten für die *85 Zeichnungen* für den Riso aufzubereiten und auch die Möglichkeit zu haben, diverse Papierfarben mit den Riso-Farben zu reproduzieren, also dieses Hellgrün und dieses Blau, Schwarz etc., die man dafür etliche Male durch den Riso lassen musste.

UL: Ja, es war ganz interessant, so nahe wie möglich ans Original ranzukommen und das mit den extrem limitierten Mitteln der Maschine zu simulieren.

Auch der Prozess war für mich sehr spannend: Stefan hat mir einfach diesen Umschlag gegeben mit den [es waren glaub ich mehr als 85, es waren vielleicht 200] Zeichnungen. Ich habe dann schon ziemlich früh einfach Papier bestellt. Wir haben uns grob auf eine Auflage geeinigt und gesagt: Es müssen so zwischen 150 und 200 werden [es sind glaub ich 170 Exemplare geworden].

Ich habe dann angefangen, Blatt für Blatt zu produzieren. Als der Papiervorrat zu Ende war, war quasi auch das Buch fertig. Es hätten auch 92 Zeichnungen sein können oder eben weniger. Es war dann aber für mich extrem spannend, dass ich eigentlich die Reihenfolge der Zeichnungen im Buch mit dem

fertig gedruckten Material machen konnte. Wir hatten 140 Seiten im Buch, also 70 solcher Stapel mit 170 Blättern. Das heißt, man muss 170 Mal so einen Parcours machen. Da wurde auf jede horizontale Fläche, wo irgendwie nicht so viel herumsteht, ein Stapel gelegt, um das Ganze schließlich zusammenzutragen.

Wir können mit gewissem Stolz sagen, dass dieses Buch als eines der schönsten Schweizer Bücher letztes Jahr ausgezeichnet worden ist. Das ist ein Wettbewerb, der in der Schweiz jährlich vom Bundesamt für Kultur durchgeführt wird. Die Anerkennung quasi von höchster Stufe zu bekommen für etwas, was man selbst auch manchmal in Frage stellt, empfinde ich als ziemlich motivierend, in dieser Weise weiterzumachen.

D21: Stefan, wie ging das bei dir mit dem Publizieren los?

SM: Ich bin zum Publizieren Mitte der 1990er gekommen. Mein grafischer und künstlerischer Background ist ja eigentlich die Kultur des Skateboarding und dort geht es natürlich auch ganz viel ums Selbermachen und die Beschäftigung mit dem, was man möchte, aber nicht bekommt oder was nicht da ist, man sich also selber besorgen muss. Ich bin auf einem ganz kleinen Dorf südlich von Kassel aufgewachsen, wo es keine richtige Skateboard-Szene gab, wie damals schon in den ganzen Großstädten. Man musste sich immer alles hartnäckig beschaffen, was zum Teil so ein Paralleluniversum kreierte hat.

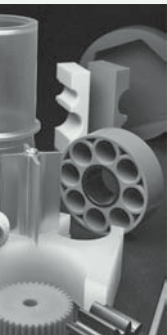
Die Marken, die damals in Magazinen und diversen Skateshops in größeren Städten so angesagt waren, kamen alle aus den USA und beruhten auf diesem Image von amerikanischen Skateboard-Fahrern. Man konnte aber mit diesen T-Shirts irgendwie nie anderen Leuten vermitteln, dass man dieses Image auch toll findet. Da habe ich irgendwann angefangen, meine eigenen T-Shirts zu gestalten. Ich kann irgendwie besser das sagen, was ich sagen möchte, mit meiner eigenen Zeichnung auf dem T-Shirt, anstatt mir ein teures T-Shirt im Skateshop zu kaufen, was dann eh irgendwie auch kein Mensch auf meiner Schule damals verstanden hätte.

Ich habe also mit dem Publizieren angefangen durch das Fabrizieren von T-Shirts, was ich durchaus als Publizieren verstehe. Mit 16 habe ich dann mein eigenes T-Shirt-Label gegründet. Es heißt *The Lousy Livincompany*. Das ist immer noch ein Hobby von mir. Ich veröffentliche zweimal im Jahr eine T-Shirt-Kollektion, die ich eigentlich als Edition begreife, also Zeichnungen gedruckt auf T-Shirts in einer Auflage, die nicht mehr nachgedruckt wird.

D21: Wie kam es zu der Zusammenarbeit mit dem Schweizer Verlag *Nieves*?

SL: Zunächst bin ich über die T-Shirts zum Zine gekommen, oder eigentlich über das Skateboarding. Ich hab es damals mit einem Skateboard-Fanzine versucht. Das war so ein bisschen auch ein *Lousy Livin' Magazin*, wo man über News im Umfeld meines kleinen T-Shirt-Labels informiert wurde. Über die Heftproduktion und die *Lousy-Zines* bin ich dann 2003 auf den Schweizer Verlag *Nieves* gestoßen. Und zwar wurde ich 2003,





zu einer Ausstellung in London eingeladen, die hieß *The Side Effects of Urethane*. Urethan ist das Material, aus dem Skateboardrollen gemacht sind.

Jedenfalls kamen zu der Ausstellung zum Teil auch richtig bekannte Künstler aus den USA. Insbesondere war einer dabei, Tobin Yelland, ein Skateboard-Fotograf, den ich eigentlich Anfang der 1990er in Skateboard-Magazinen entdeckt hatte und dessen Arbeiten ich ganz toll fand. Der meinte, dass er bald ein kleines Zine machen würde mit einem Schweizer Verleger. Da kannte ich eben *Nieves* noch nicht und dachte, warum macht denn Tobin aus New York jetzt ein kleines Copy-Heft in einer 100er-Auflage mit einem Schweizer Verleger? Das ist doch mehr Arbeit, alles hin und her zu schicken. Da hatte ich natürlich total unrecht. Ich habe mir dann die Publikation von Tobin bestellt und alles war einfach total gut gemacht. Das war ein super gutes Heft, gute Machart, gute Verpackung, kleiner Preis. Ich war dann irgendwie extrem begeistert und habe Benjamin Sommerhalder, dem Gründer des Verlags *Nieves*, im Gegenzug ein paar von meinen *Lousy-Zines* geschickt. Da kamen wir so ein bisschen in Kontakt und er hat mich dann irgendwann eingeladen, auch mal ein Heft bei ihm zu machen. 2004 ist dann das Heft *Andere Mütter haben auch schöne Töchter* bei *Nieves* erschienen und seitdem arbeite ich eigentlich kontinuierlich mit Benjamin zusammen. Es sind bisher acht Zines und drei – man kann glaube ich fast sagen – Bücher erschienen, bei denen die Auflage nicht über 100 Exemplaren lag.

D21: Warum ist *Nieves* für alle, die Zines produzieren, so eine wichtige Instanz?

SM: Ich kann nur sagen, dass Benjamin auf jeden Fall so eine – ich will nicht sagen – eine Vorreiterrolle hat, aber er hat auf jeden Fall die Popularität der Copy-Hefte in den letzten Jahren sehr gesteigert.

UL: Ich glaube, der Trick oder das Schlaue war, dass er früh angefangen hat, mit großen Namen eben so 8- oder 16-seitige schwarz-weiß-kopierte Hefte zu produzieren. Also, so große Namen im Sinne von Vertretern der amerikanischen Skateboard-Szene, die damals noch relativ unbekannt waren. Und das ist im Self-Publishing ja auch so gedacht: dass es eben so ein bisschen aus dem Untergrund kommt und dass man nicht Vertreter hochoffizieller Kunstrichtungen nimmt, die sowieso schon jeder kennt.

Urethan [C3H7N02] gehört zur chemischen Stoffgruppe der Carbamate. Es schädigt die Blutbildungsorgane, die Leber und das Zentrale Nervensystem. Bei chronischer Belastung kann Urethan auch Krebs auslösen.

Hinzu kommt auch noch seine Ausdauer. Benjamin macht das jetzt schon seit zirka zehn Jahren, also er lebt eigentlich von *Nieves*. Es ist mittlerweile ein voll funktionierender Verlag. Das ist auch natürlich gewachsen und deswegen auch spannend mitzuverfolgen. Ja, also ich glaube, der Trick lag einfach darin, mit Leuten zusammenzuarbeiten, die damals noch nicht so bekannt waren.

D21: Kannst du noch etwas über dein letztes Projekt mit *Nieves* erzählen?

SM: Letzten Monat im April bin ich mit Benjamin nach Tokyo eingeladen worden zu *UTRECHT/NOW IDEa*. Das ist ein kleiner Publisher in Tokyo und gleichzeitig auch ein Buchladen für Künstlerbücher. Angeschlossen daran ist ein Ausstellungsraum, *NOW IDEa*, wo Künstler ausgestellt werden, die sich mit dem Medium Heft auseinandersetzen. Hiroshi, der Macher von *UTRECHT*, fragte mich dann im Vorfeld, ob ich nicht Lust hätte, so eine kleine Performance zu machen, also einen Nachmittag lang auf der Terrasse Porträts zu zeichnen, wie ich eben diese Reisezeichnungen bei meinen Travel-Zines so anfertige.

Da war ich mir nicht recht sicher, wie Leute – wenn sie dafür Geld bezahlen – das finden würden, wenn sie dann so eher bescheidene Zeichnungen mit nach Hause nehmen können, die wahrscheinlich dann nicht mal so aussehen wie sie selbst. Jedenfalls fand ich mich auf dieser Terrasse in Tokyo wieder und habe 30 Japanerinnen und Japaner gezeichnet. Ich mag es sehr, Leute zu zeichnen, die eh vom Charakter irgendetwas Interessantes, etwas Gutes haben, und die ich mir auch immer in der Bahn, im Flugzeug usw. aussuche.

Der Erste, der kam, war so ein Hip Hop-Japaner. Da war ich dann total glücklich. Unter 100 Japanern hätte ich mir genau den ausgesucht. Allerdings waren die nächsten fünf Anmeldungen dann gleich die hübschesten Japanerinnen, die man fast nicht zeichnen konnte oder mit denen ich jedenfalls total Mühe hatte. Ich wollte sie jetzt auch nicht so ganz enttäuschen und habe mich dann bemüht.

Das war jetzt die erste Performance dieser Art und ich fand das ganz interessant, diese sowieso vorhandene Distanz zwischen mir und dem Gegenüber ein bisschen aufzubrechen. Dazu ist dann eine kleine Box erschienen, die hat Benjamin herausgebracht, mit allen Travel-Zines.

D21: Was macht Self-Publishing für euch so attraktiv?

UL: Vielleicht ist ein Punkt zur Attraktivität des Self-Publishing, dass es etwas Handgemachtes ist – als Kontrast zu einem Supermarktprodukt. Außerdem ist es für mich als Produzent auch ganz gut, nicht ständig nur am Computer sitzen zu müssen, obwohl manchmal auch das Zusammentragen nervt, es ist trotzdem eine andere Physik, die da involviert ist.



„Welcome to the Stefan
Marx Portrait Shop“
stand über der Tür zur
Terrasse des *UTRECHT/*
NOW IDEa geschrieben.

Bei diesen Sachen, die man selbst zusammenstellt und dann einfach tackert, sind auch die Produktionskosten extrem gering. Das ist ein weiterer Vorteil dieser Technologie, dass der Stückpreis pro Kopie viel tiefer ist, als bei einer Fotokopie oder einem Laserausdruck. Bei einer Auflage zwischen 50 und 500 Stück ist das die günstigste Vervielfältigungstechnik. Deswegen kann man sie auch relativ günstig weiterverkaufen.

Im April [2010] ist in der *New York Times* ein Artikel erschienen, der auch ein paar Zahlen zu diesem Phänomen nennt: Self-Publishing ging im letzten Jahr um 180% rauf und Institutional-Publishing ist eigentlich fast gleich geblieben, ein bisschen geht es runter. Der Artikel beleuchtet das eher aus dem Bereich der eigenpublizierten Literatur, aber trotzdem ist es interessant zu sehen, dass es im Moment scheinbar eine lebhaftere Szene gibt. Die Frage ist, ob das jetzt einfach nur so ein Trend ist, wie der DJ in den 1990er Jahren.

Jeder hat demnächst ein Publishing House.
Das kommt und geht vielleicht auch wieder.



24 x eigentlich
18 x Zeichnungen
15 x Buch
11 x Auflage
11 x bisschen
9 x einfach
8 x irgendwie
8 x Nieves
7 x Maschine
7 x Self-Publishing

A-Z

0

000X

Fabian Rüdi
-
0013
0015
-
Bern, CH
info@000x.ch
http://000x.ch/

0_100

Cristiano Guerri
-
0_100 #Spring Issue 2008
0_100 #Summer Issue 2008
0_100 #Autumn Issue 2008
0_100 #Spring Issue 2009
0_100 #Autumn Issue 2009
0_100 #Fade
-

Milan, IT
0-100@fastwebnet.it
www.0-100editions.net

1/2

Thomas Chloé
-
1/2 #2
-
Wien, AT
onedemi@gmail.com

213 MAGAZIN

Tim Romanowski
-
213 Magazin #2
-
Halle, DE
info@213magazin.de
www.213magazin.de

4478ZINE

Erik van der Weijde
-
foto.zine Nr.3 #Palm Trees
foto.zine Nr.3 #Hand Guns
foto.zine Nr.3 #[pink issue]
foto.zine Nr.3 #Accidents
-
Amsterdam, NL
4478zine@gmail.com
www.4478zine.com

50/50

Marie Lammers
-
Berlin, DE
ml@marielammers.de
www.marielammers.de

A

A3

Sara Perovic
-
#0 aTree zine
#1 aTree zine
-
Puva, HR
atreemagazine@gmail.com
www.atreemagazine.tumblr.com

A5 MAGAZINE

Golan Gafni
-
A5 Magazine No.
[The Remix Issue]
-
Tel Aviv, IL
a5fora5@gmail.com
www.thea5magazine.com

ABIA, A FLOOD OF RAINBOWS.

Ramaya Tegegne
-
Genf, CH
ramayategegne@hotmail.com

ALBUM

Eline Mugaas
-
Album #1
Album #2
Album #3
-
Oslo, NO
eline.mugaas@gmail.com
http://www.galleririis.com/artists/eline-mugaas/

ALEXANDER EGGER

-
Many People Would Never Fall
In Love
Weather Observations
How can you smile, when you
talk bullshit
Text = bad communication
Reverse Semantics
Sex is nostalgia for sex
when once it used to be
exciting
The Ono Series-Part Zero
The Ono Series-Part One
Wenn alles immer gut geht
Tunefish Jewels
Maybe I have been looking in
the wrong places
People Who Make Noise Are
Dangerous
Places to go, people to see,
things to do.
Critical Mass
-
Wien, AT
alex@satellitesmistaken-
forstars.com
www.satellitesmistaken-
forstars.com

ALICE

Polyphonique
-
Alice #2
Alice #3
Alice #4
Alice #5
-
Stuttgart, DE
aaron@polyphonique.de
www.polyphonique.de

AMORCE

Studio tabamounien
-
Bordeaux, FR
info@tabamounien.com
http://tabamounien.com

A MIXED-UP ZINE

Scott Massey
-
A Mixed-Up Zine #2
-
Huntington Beach, USA
smossey3@hotmail.com
www.rrrproject.com

AND I STILL MISS YOU

Peter Skwiot Smith
-
Issue Five
-
Twin Cities, USA
editor@andistillmissyou.com
www.andistillmissyou.com

AN ENDLESS SUPPLY

Harry Blackett
-
An Endless Supply #5
An Endless Supply #6
An Endless Supply #8
An Endless Supply #9
-
Dorridge, UK
anendlessupply@gmail.com
www.anendlessupply.co.uk

ART BUREAU

Art Bureau #15 [Art Bureau
meets 44flavours]
-
Portland, USA/Berlin, DE
info@artbureau.org
www.artbureau.org/
info@44flavours.de
www.44flavours.de

ASKERDE OLANLARA

Erkut Terliksiz
-
Istanbul, TR
erkutterliksiz@gmail.com
www.erkutterliksiz.com

**ASSASSINATIONS ARE
FIRST PENCILLED.
HIDE WHILE IN FLIGHT.**

Mark Sonnenfeld
-
East Windsor, USA
poetswearprada@myway.com

ASTIDROMOS

Kostas Berdeelelis
-
Astidromos #1
Astidromos #2
Astidromos #3
Astidromos #4
-
Athen, GR
astidromos@gmail.com
http://astidromos.blogspot.com/

AUTOMATIC BOOKS

Gaylords
[Pierre Hourquet]
Lovesick
[Eleonora Marton]
-
Venedig, IT
print@automaticbooks.org
www.automaticbooks.org

B

BACK SEAT

Daniel Tauber
-
Back Seat #0
-
München, DE
info@danieltauber.com
www.danieltauber.com

BAREFACE

John Heffernan
-
Bareface #1
-
Edinburgh, UK
john_heffernan@hotmail.co.uk
www.bareface.wordpress.com

B.I.P.

Andreas Wendt
-
Leipzig, DE
awendt@uni-leipzig.de
http://issuu.com/studienart/docs/fanzine

BITFUUL MAGAZINE

Omar Radwan
-
bitFUUL #02
-
USA
omar@radwan.us
www.bitfuul.com

BEAT MAGAZINE

Sandro Asatiani/Keta
Lomidze/Nata Sopromadze/
Maka Kukulava
-
beat magazine #4
-
GE
beatmagazine.net@gmail.com
www.beatmagazine.net

BLACK DOG

Aaron Gverrero
-
Black Dog Vol.1
Black Dog Vol.2
Black Dog Vol.3
-
Chula Vista, USA

BLACK HOLE, SON.

Louis M. Schmidt
-
La Jolla, USA
louismschmidt@gmail.com
www.bridgethevoid.blogspot.com

BLACKPAGES

Nick Oberthaler/Ute Müller/
Christoph Meier
-
Blackpages #06 [Flora]
Blackpages #07 [Ben]
-
Wien, AT
nickoberthaler@gmail.com
www.blackpages.at

BONNE RESPONSE

Julia Bünnagel/Patrick Rieve
-
Bonne Response #4
[The Park Is Mine]
-
Köln, DE
boneresponse@gmx.net

BREAKFAST CLUB

Dafne Boggeri
-
Milan, IT
myshameless@gmail.com
www.surrenderwinona.com

BRING BACK THE GLAMOUR

Katharina Fricke
-
Bielefeld, DE
katharina-fricke@gmx.de
www.katharinafricke.net

C

CABIN AND WOODS

Cristiano Guerri
-
Cabin and Woods [1]
Cabin and Woods [2]
-
Milan, IT
cristiano.guerri@fastwebnet.it
www.cristianoguerri.com

CAKE ZINE

Stephanie Homa
-
Diary [week #5]
Cake Zine #4
Cake Zine #7
Religious Vomit
-
London, UK
info@cakeworkshop.de
www.cakeworkshop.de

CANDY MAGAZINE

Aidan Kelly/Cameron Ross
-
CANDY #13
-
UK
cameron@newmedia.ie
www.candycollective.com

CANTANKER

Cantanker Magazine
-
Cantanker #Future Simple
Cantanker #Future Continuous
Cantanker #Future Tense
Cantanker #Identity
-
Austin, USA
cantanker@gmail.com
www.cantanker.com

CARPE DIEM

Ulrike Seitz
-
Leipzig, DE
ulrikeseitz@arcor.de
www.ulrikeseitzillustration.blogspot.com

CHINA ZINE

Craig Atkinson
-
London, UK
craig@caferoyal.org
www.craigatkinson.co.uk

CLOR

Markus Raffetseder/
Mario Dirlinger
-
CLOR #1
-
Wien, AT
contact@polarisedkids.com
www.clor.polarisedkids.com

COLLECTIONS [# OBJECTS]

Sara Cwynar
-
Toronto, CA
saracwynar@gmail.com
www.saracwynar.com

COTERIE MAGAZINE

-
Coterie Magazine #4
[pinkie toes and other
useless appendages]
-
USA
cotieriemagazine@gmail.com
http://issuu.com/coterie/docs/issuefour

CRITICISM

Tiphanie Blanc/Vincent
Normand/Guillaume Pilet

-
Criticism #1
Criticism #2

-
Lausanne, CH
crtcs@gmail.com
www.foxbravo.ch

CUT CLICK MAGAZINE

-
Cut Click #18
-
UK
baker2d.cutclick@gmail.com
www.cut-click.co.uk

D**DECODER RING**

Noah Pierce
-
Decoder Ring #3
Decoder Ring #4
Decoder Ring #5
-
Marblehead, USA

DELIVERED TO YOUR DOOR

Alexander Verevkin
-
Samara, RU
alex.verevkin@gmail.com

**DER FRÜHLING KOMMT WENN
DER WINTER GEHT.**

Chri Frautschi
-
Biel-Bienne, CH
info@chrifrautschi.ch
www.chrifrautschi.ch

DESTRUCTED MAGAZINE

-
022 This Is All Wrong
-
DE
big.office@deconstructed.info
www.deconstructed.info

DIE NACHT

Calin Kruse
-
die nacht #6
-
Trier, DE
calin@rammbock.com
www.rammbock.com

DISPÓSABLE CÂMERA

Vanessa Berry
-
Strawberry Hills, AU
vanessaberryworld@gmail.com
http://zinewiki.com/Vanessa_Berry

**DRAWINGS AND THINGS
BY ADE & DAVE**

Milk & Eggs
-
Burbank, USA
hello@milkandeggsco.com
http://milkandeggsco.com

DYNASTY ZINE

Dynasty Zine
-
Dean Sameshima / 647 [a]
-
Athen, GR
dynastyzine@gmail.com
www.dynastyzine.com

E**EIN HUND WIE EIN
DREITAGEBART**

Ulrike Seitz
-
Leipzig, DE
ulrikeseitz@arcor.de
www.ulrikeseitzillustration.
blogspot.com

EIN MAGAZIN ÜBER ORTE

Ein Magazin über Orte
-
Ein Magazin über Orte No.4
Ein Magazin über Orte No.5
Ein Magazin über Orte No.6
-
Berlin, DE
post@orte-magazin.de
www.orte-magazin.de

EMPTY RESTAURANTE

Jacopo Miliani
-
Milan, IT
lpmpoject@yahoo.it

ENTER AND EXIT

Andrew Reaney
-
Winchester, UK
andy@bru-ha.com
www.bru-ha.com

ERRORE ZINE

Ignacio Jimenez Bas
-
errore no.1
errore no.2
-
Madrid, ES
info@errorezine.com
www.errorezine.com

ENCORE UNE FOIS

Louis Bouvier
-
Montreal, CA
louisbouvierr@gmail.com

EVERYTHING IS ALRIGHT

-
Volume 01
-
UK
everythingisalright@live.com
www.everythingisalright.org

EYE CATCHER

H. Wiese
-
München, DE
tarkinson@web.de

F**FAN**

BAT editions
-
Fan N°2
Fan N°3
Fan N°4
-
Paris, FR
bat.editions@gmail.com
www.bat-editions.net

FLANEUR

The Flaneur Team
-
Flaneur / Autumn 2009 Issue
-
editor@flaneur.me.uk
www.flaneur.me.uk

**FOLKLORE OF THE
ORIENTALIST**

Mirak Jamal
-
Folklore Of The
Orientalist #2
-
Berlin, DE
mirakjamal@gmail.com

FORGET IT

Kathryn Dreier
-
New Bern, USA
pidgin.publication@gmail.com
www.seebombard.com/pidgin.
htm

FOUND ART MAGAZINE

Alexander Verevkin
-
Found Art Magazine #1
-
Samara, RU
alex.verevkin@gmail.com

FREEMAN'S JOURNAL

Fabian Reimann
-
freeman's journal #5
freeman's journal #7
freeman's journal #9
-
Leipzig, DE
freimann@derkaltekrieg.org
www.derkaltekrieg.org

FREIO

Eusebius Wirdeier
-
Freio #1
-
Köln, DE
redaktion@freio-verlag.de
www.freio-verlag.de

FREITAG BIS MITTWOCH

Daniela Djukic
-
Bielefeld, DE
hello@danieladjukic.com
www.danieladjukic.com

FRENSI ZINE

Paulo Rodrigues
-
São Paulo, BR

FUEGO FANZINE

Coke Bartrina/Elena Gallen
-
Fuego Fanzine #1
-
Barcelona, ES
hello@fuegofanzine.com
www.fuegofanzine.com

G

GAS

Pernille Albrethsen/
Jacob Fabricius
-
GAS 004/The Love Issue
-
Copenhagen, DK
gaspeople@hotmail.com
www.gasfanzine.dk

GUEST ROOM

Maria Benjamin/Ruth Höflich
-
ways of living
-
London, UK
hello@guest-room.net
www.guest-room.net

H

HEARING LOSS

Allen Taylor
-
Atlanta, USA
feastofviolet@gmail.com

HEFT 3000

Sebastian Stein
-
München, DE
heft3000@gmail.com

HELLO ZINE

Alexander Basile
-
Hello Zine #10
Isolated People and
Buildings
Hello Zine #11
Tenminutesandtwentyseconds
Hello Zine #12
Das Niemandsland lässt nur
ganz bestimmte herein.
-
Köln, DE
info@hellozine.com
www.hellozine.com

HGB MAGAZIN

Anna Haifisch/
Daniel Rother
-
HGB Magazin 1
-
Leipzig, DE
hainich@hgb-leipzig.de

HOBBY HORSE

-
#1 Zine [Mini Zine]
Hobby Horse Zine #1
Scumbags & Superstars
MDCCCLXXVI
-
Revere, USA
HobbyHorseProjects@hotmail.
com
www.hobbyhorseprojects.
blogspot.com

HOLD YR HORSES

Kathryn Dreier
-
New Bern, USA
Pidgin.publication@gmail.com
www.seebombard.com/pidgin.
htm

Holly Holly Hobby Hobby
Anni Altshuler/Leah Mackin
-

Holly Holly Hobby Hobby #1
Holly Holly Hobby Hobby #2
[1]
Holly Holly Hobby Hobby #2
[2]
Holly Holly Hobby Hobby #3
-
Philadelphia, USA
holly.hollyhobby.hobby@
gmail.com
www.hollyhobbyhobbyhobby.
tumblr.com

HOMELOVIN' ... I LIKE YOU

Paul Haworth
-
Amsterdam, NL
homelovinpaul@hotmail.com
www.myspace.com/homelovin

I AM A CAMERA

Vanessa Berry
-
I am a Camera #13
-
Strawberry Hills, AU
vanessaberryworld@gmail.com
http://zinewiki.com/Vanes-
sa_Berry

ICH BIN NICHT DER RAUMSCHIFFLENKER

Sebastian Schwamm
-
Reichertshausen, DE
basti@ulrich-schwamm.com

IDLE TIME

Matt Kay
-
New York, USA
matt@itsinthemaking.com
www.itsinthemaking.com

I LEFT THIS HERE FOR YOU TO READ

Tim Devin
-
Brookline, USA
tdevin@yahoo.com
http://timdevin.com

IMPULSIVE RANDOM PLATFORM

Alexander Bates
-
Impulsive Random
Platform #11
-
London, UK
irpmagazine@gmail.com
www.alexanderbates.com

INDECENT SPREADS

Nikholis Planck
-
Crownsville, USA
nikholisrogerplanck@
gmail.com
www.nikholis.tumblr.com

INNEN

Aaron Fabian
-
little warsaw
naten e mire!
[mit Alexis Zavialoff]
-
Budapest, HU
aaron@innenzines.com
www.innenzines.com

IZROCK PRESSINGS

Joseph Allen
-
Fashematical / Fashematics
[Jonathan Zawada]
Localism [Joseph Allen,
Dave Ladd]
This Way / That Way
[Mike Giant]
Project Rooms [Mark Whalen]
-
Elisabeth Bay, AU
info@izrock.com
www.izrock.com

J**J-BOP**

Caspar Williams
-
London, UK
caspar@casparwilliams.com
www.casparwilliams.com

JHH FANZINE

John Hughes Highschool #1
-
Madrid, ES
jhhfanzine@gmail.com
www.flickr.com/photos/
willyollero/4374987777/

JHON MAGAZINE

Bori Son/Simon de la Porte
-
JHON #20
-
FR
johnmagazine@yahoo.fr
www.johnmagazine.free.fr

JOURNAL ILLUSTRATIF

Anne-Catherine van
Hovell / Bart van Overberghe
-
Brüssel, BE
service.bvo@hotmail.com

K**KALINA**

Noah Kalina
-
New York, USA
noah.kalina@gmail
www.noahkalina.com

KEEPIN UP WITH KROPOTKINS

The Switchblade Seven
-
Göteborg, SE
wronsov@gmail.com
www.kulturservern.se/wronsov

KIDS IN MISERY ZINE

Lars Tittmar
-
Kids in Misery Zine #2
-
Hamburg, DE
lars@kids-in-misery.net
www.kids-in-misery.net

KIOSK

Clementine Roy u.a.
-
KIOSK #13
-
FR
kiosk.publication@gmail.com
www.kiosk.clementineroy.com

KLEBSTOFF

Andreas Ullrich
-
Klebstoff #1
Klebstoff #2
-
Dresden, DE
info@stickma.de
www.stickermag.com

KLITORIK

Clementine Roy u.a.
-
klitorik@taygeta
-
DE
mail@klitorik.com
www.klitorik.com

L**LADENTQUIRIGOLE**

Caroline Cesareo
-
Paint your kyste
Paint your Dreamlover
-
Talence, FR
caroline_cesareo@no-log.org
www.caroline-cesareo.com

LA RENNAISSANCE

Isabelle Demers
-
Quebec, CA
isabijou@hotmail.com

LAS CRUDAS

Victoria Gondra
-
Las Crudas #2
Las Crudas #5
-
Buenos Aires, AR
victoria@viktoryranma.com
www.viktoryranma.com

LASER MAGAZIN

Beni Bischof
-
Laser Magazin #26
Laser Magazin #40
Laser Magazin [N.B.F.]
-
St. Gallen, CH
kopfwender@gmx.ch
www.benibischof.ch

LE JOURNAL DE ZAHNFÄULE ET FJURIE

Ulrike Seitz
-
Leipzig, DE
ulrikeseitz@arcor.de
www.ulrikeseitzillustration.
blogspot.com

LE MEGOT

Matthieu Becker u.a.
-
Le Megot #2
-
Brüssel, BE
lemegot@gmail.com
www.lemegot.com

LIFE IS A JOURNEY

Jacqueline Wagner
-
London, UK
jacqueline@wagner.de.com
www.wagner.de.com

LOOM MAGAZINE

Bauhaus Universität Weimar
-
loom #06
-
DE
info@loom-mag.net
www.loom-mag.net

M**MADE IN CHINA**

Teresa Gasperutti
-
Made in China No.1
-
Paris, FR
mic@undo-redo.com
www.madeinchinarevue.com

MAKE SOME NOISE

Chri Frautschi
-
Biel-Bienne, CH
info@chrifrautschi.ch
www.chrifrautschi.ch

MARK PRICE IS A FACTORY

Mark Price
-
Untitled [Fuck Fear]
Living and Dying
Holy Shmols 3
[by Jason Hsu]
Everyone is awesome all
the time.
First Casualty
[by Brian Blomerth]
Hell Hath No Fury like a
Woman Scorn'd
[by Annette Lee Monnier]
Of Rugged Matter
[by Hilary Price]
-
Philadelphia, USA
markprice1026@gmail.com
www.markpriceisafactory.com

MICHAEL DUCKETT

Michael Duckett
-
Bothy Zine
Exam Zine
It happened at the Star &
Shadow Cinema
Zine from My Childhood
Newcastle Zine review
-
Edinburgh, UK
oldglen@gmail.com

MIT SUSI FINGS AN

Eva Rekade
-
Bern, CHE
www.myspace.com/evarekade

MUFUKI

Daniel Entonado
-
Madrid, IT
hola@danielentonado.com
www.danielentonado.com

MY PLACE

Nora Krug
-
Montclair, USA
norakrug@gmx.net
www.nora-krug.com

MYORB

Michael Kim
-
MyORB Issue 2
MyORB Issue 3
-
New York, USA
hello@myorangebox.com
www.myororangebox.com

N**NADA21**

nada21
-
Leipzig, DE

NAIVSUPER BOOK

naivsuper Book
-
001 Schröder, E.: MIET ME
003 Stephane Leonard: TREES
004 Claudio Pfeifer: NYC2001
-
Berlin, DE
info@naivsuper.de
www.naivsuperbook.de

N'IMPORTE QUOI

Louis Bouvier
-
Montreal, CA
louisbouvier@gmail.com

NIEVES

Benjamin Sommerhalder
-
Bluetooth. Part two
This kind of livin'
[Taylor McKimens]
The Wildlife Analysis
[Dimitri Broquard]
Moment to Moment
[Jacob Ciocci]
Leon Sadler, Beano Henge
Glamour Banner [Sumi Ink
Club]
Bluetooth. Part two
[Panayiotis Terzis]
Erik Steinbrecher, Zuni
Halpern
Ffor #7 [Jonas Delaborde]
-
Zürich, CH
post@nieves.ch
www.nieves.ch

NO DARK THINGS

Nikholis Planck
-
Crownsville, USA
nikholisrogerplanck@
gmail.com
www.nikholis.tumblr.com

NOIIIIIIII

Aurelie Guerinet
-
Toulouse, FR
aurelieguerinet@gmail.com

NOTAZINE

Massimo Nota
-
NOTaZINE No.3
-
IT
notamax@notamax.it
www.notamax.it

NOTHING TO FEEL HERE

Louis M. Schmidt
-
Nothing to Feel Here #5
Nothing to Feel Here #6
-
La Jolla, USA
louismschmidt@gmail.com
www.bridgethevoid.blogspot.
com

NOW ...

Sofie Schweizer
-
Zürich, CH
sofie.schweizer@gmail.com

NUDE PAPER

Hannes Deter/Til Schlenker
-
Nude Paper N°1
-
Hamburg, DE
contact@nude-paper.com
http://nude-paper.com

O**OCCULTO**

Alice Cannava
-
Berlin, DE
info@occultomagazine
www.occultomagazine.com

OHNE TITEL [40 / 40]

Priyanka Pandit
-
Manchester, UK
furrydesign@yahoo.com
www.priyankapandit.com

OOPSY DAISY

Daisy Gam
-
Brighton, UK
daisygam@hotmail.com

OLD SCHOOL

Adam Uchtyl
-
Prag, CZ
adam@uchtyl.info
http://adam.uchtyl.info

**PAINT.YOUR.KYSTE
PAINT.YOUR.DREAMLOVER**

Caroline Cesareo

-

Talence, FR
caroline_cesareo@no-log.org
www.caroline-cesareo.com**PEEP ZINE**

Pat Bradbury

-

Brighton, UK
bradburypat@gmail.com
www.flickr.com/photos/
patbradbury/**PEGGY MARSHALL'S BAT
BREW & MYSTIC PIZZA**

Melanie Coles

-

Vancouver, CA
melaniecoles@gmail.com**PLANET RAD**

Sam Griesedieck aka Poy b

-

Planet Rad – Release #1

-

UK
poy@loudeden.com
www.loudeden.com**POLARAMA:
A VISUAL JOURNAL OF
INTEGRAL PHOTOGRAPHY**

S. Cousin

-

polarama #1

-

UK
info@loom-mag.net
http://pentimento.squares-
pace.com**PRESTON IS MY PARIS**Adam Murray/
Robert Parkinson

-

Preston, UK
prestonismyparis@
googlemail.com
http://pppbooks.blogspot.
com/**PROVENCE**Daiga Grantina/Tobias
Kaspar/Hannes Loichinger

-

Provence #P

Provence #R

-

Leipzig, DE
mail@providence.st
www.providence.st**PUBLIC ILLUMINATION MAGAZINE**

Zagreus Bowery

-

PIM #Bullshit

PIM #Climate

PIM #Hair

PIM #Luxury

PIM #Passion

PIM #Space

PIM #Trash

-

Castel Ritaldi, IT
casasorci@tiscali.it
www.mondorondo.com/pim**R****RENONCER À L'ESPOIR,
C'EST SE DÉPARTIR DU
DÉSEPOIR.**

Mathieu Gillot

-

La Plaine Saint-Denis, FR
zoneoptimiste@hotmail.com
http://archedenoetzoneinon-
dables.blogspot.com**REPLICA. GUÍA DE
ACTIVIDAD INDEPENDENTE**

Ernesto Murrieta

-

Replica No.1

Replica No.2

Replica No.3

Replica No.4

Replica No.5

-

Pena Blanca, CL
hola@replicamag.cl
www.replicamag.cl**RANG & NAMEN. MAGAZIN
GEGEN DAS VERSCHWINDEN
VON ARBEITEN**

-

Rang und Namen #1

Rang und Namen #2

-

Weimar/Leipzig/Berlin, DE
kontakt@rangundnamen.org
www.rangundnamen.org**ROBERT AMADOR**

Robert Amador

-

all drawings & wratings
blood farts in the 559
skull study #7
nothing too loose

-

Fresno, USA
rainbowbreather@gmail.com
www.robertamador.com**ROLLO PRESS**

Urs Lehni Säde

-

Rollo Nr. 13
[Baldessari sings LeWitt]

-

Zürich, CH
eule@rollo-press.com
www.rollo-press.com**RRR**

Scott Massey

-

RRR.001

-

Huntington Beach, USA
smossey3@hotmail.com
www.rrrproject.com**S****SAN FRANCISCO**

Camilla Candida Donzella

-

Milan, IT
myshameless@gmail.com
http://camillacandidadonzel-
la.blogspot.com**SAVAGE MESSIAH**

Laura Oldfield Ford

-

Leeds, UK
enquiries@
lauraoldfieldford.com
www.myspace.com/
savagemessiahzine**SCHEMATIC Q**Ingrid Burrington/
Kimmy Eliot Fung

-

Baltimore, USA
schematicquarterly@gmail.com
www.schematicquarterly.com**SCHWARZHANDPRESSE**

Theo und Ursula Hurter

-

The Time Between Meeting
and Finally Leaving ...
[Käthe Schönlé]
Daily News
[Oliver Krähnenbühl]
suchen wir ihn DAZWISCHEN
[Hans-Uwe Hähn]
Die Blumen meiner Nachbarin
[Martin Felder]
Nachbild
[Nadja Küchenmeister]
02 Schlafmohnlack und
Tintenfischei
[Cristina Ohlmer]
Cavallo Rubato
[Anja Knecht]
Lieblingskinder
[Traudel Bünger]

-

Flaach, CH
info@schwarzhandpresse.ch
www.schwarzhandpresse.ch

SCHWARZWEISS

Katrin Menne/Max Schulze

-

Schwarzweiss 1

Schwarzweiss 2

Schwarzweiss 3

-

Düsseldorf, DE

schwarzweiss-eins@gmx.de

www.schwarzweiss-eins.de

SHAWN KURUNERU

-

Untitled/

Camille Transformation

Upside Down Girl

Engrossed in his own

misfortunes ...

A Woman Under The Influence

-

Ontario, CAN

shawnkuruneru@hotmail.com

SINCE ALWAYS

Erkut Terliksiz

-

Istanbul, TR

erkutterliksiz@gmail.com

www.erkutterliksiz.com

SIREN MAGAZINEC100 Purple Haze [Christian
Hundertmark/Clemens Balder-
mann]

-

Siren Issue 1

-

München, DE

hello@c100purplehaze.com

www.c100purplehaze.com/cms

SNAKE HISTORIES

Priyanka Pandit

-

Manchester, UK

ppanditdesign@gmail.com

www.priyankapandit.com

SPAGHETTI SUICIDE

Nina Lichtman

-

Spaghetti Suicide #1

-

New York, USA

www.spaghettis666suicide.

blogspot.com

STROHHALM ZINE

Arne Bunjes/George Popov

-

StrohhalM No.1

-

Düsseldorf, DE

strohhalM.zine@gmail.com

SUBWAY STORIES

John Keene

-

New Jersey, USA

johnkeene@earthlink.net

SUPERFICIAL IMAGES

Peter Tillessen

-

Superficial Images #Small

Cloud

Superficial Images #Untitled

-

Zürich, CH

peter@tillessen.info

www.tillessen.com

T**TAV**

Sonja Christa Crafts

-

tav issue 1

tav issue 2

-

Lancaster, USA

sonjacrafts@gmail.com

www.tav.ind.in

**THE INSTITUTE OF SOCIAL
HYPOCRISY**Victor Boullet/Anna Franck/
Lauren Monchar/Sophia Sampson

-

ISH #1 [Victor Boullet]

ISH #2 [Edie McKay]

-

Paris, FR

post@theinstituteofsocialhy-

pocrisy.com

www.theinstituteofsocialhy-

pocrisy.com

THE KINGSBORO PRESS

Megan Plunkett/Daniel Wagner

-

Issue 5

+ supplement book curated by

Amy Yao

-

New York, USA

info@thekingsboropress.com

www.thekingsboropress.com

THE KIRBY MACHINE

Erik T. Johnson

-

Minneapolis, USA

erik@eriktjohnson.us

www.eriktjohnson.us

THE LA-LA THEORY

Katie Haegele

-

Jenkintown, USA

katie@thelalatheory.com

www.thelalatheory.com

THE LITTLE BOX

Aisha Franz

-

Kassel, DE

aisha@fraufranz.com

www.fraufranz.com

THE LOVE CITY SUCCESS STORY

Trevor Christensen

-

The Love City Success Story

#1

The Love City Success Story

#2

-

Provo, USA

trevor@trevorchristensen.com

www.thelovecitysuccess-

story.com

THE PARK IS MINE.**BONNE RESPONSE**

Patrick Rieve/Julia Bünnagel

-

Köln, DE

bonerresponse@gmx.net

THE WITT ABSURD OF THE**FLIGHTLESS BIRD**

Ewan John

-

Linlithgow, UK

ewan@ewanjohn.com

www.ewanjohn.com

THE WRONG DREAM

Matt Kay

-

New York, USA

matt@itsinthemaking.com

www.itsinthemaking.com

THE ZULU NATIONALS

Mike Swaney

-

Barcelona, ES

humanocinco@gmail.com

www.michaelswaney.com

THIS AIN'T DIGITAL.

Forth Thread

-

This ain't digital #1

-

Sydney, AU

stuartsmythe@forthread.com

www.forthread.com

THIS IS AFTER COLLAPSE.

Bon Bon Büro Berlin

-

Berlin, DE

post@bonbonbuero.de

www.bonbonbuero.de

THINGS I'VE FOUND

Katie Haegele

-

Jenkintown, USA
 katie@thelalatheory.com
 www.thelalatheory.com

TRAMNESIA ZINES

Michael Kim

-

Bicycles
 Weeping
 myorb issue No.2
 myorb issue No.3
 -
 New York, USA
 michael@tramesia.com
 www.textfield.org/tags/
 tramesia

TRAVELOGUE

Ciarán Walsh

-

Issue 1: Shadow Perimeters
 Issue 2: Tactical Objects
 -
 Berlin, DE
 traveloguezine@gmail.com
 www.travelogue-zine.com

TUDOR ZINE

Rhea Evers

-

Brighton, UK
 rheaivevers@hotmail.co.uk
 www.rheaevers.co.uk

U**UNDERGROUND JAM**

Danilo Stojic

-

Uzice, SER
 undergrad_mail@yahoo.com

UNION PRINTER

Mark Sonnenfeld

-

East Windsor, USA
 poetswearprada@myway.com

UNLESS YOU WILL

Heidi Romano

-

unless you will #6
 -

AU

heidi@unlessyouwill.com
 www.unlessyouwill.com

UNTITLED [MAR 5, 1, 2009]

Elizabeth Graeber

-

Baltimore, USA
 elizabeth.graeber@gmail.com
 www.elizabethgraeber.com

V**VÁNDOR BARNABÁS ÉS****VÁNDOR CSABA**

Júlia Vécsei

-

Budapest, HU
 Vecsei@yahoo.com

VON MITTWOCH BIS FREITAG

Ernesto Murrieta

-

Bielefeld, DE
 d.djukic@gmx
 www.danieladjukic.com

W**WANDERTAG**Schröter und Berger
 [mit Léo Favier]

-

Wandertag #4
 Wandertag #5
 Wandertag #6
 Wandertag #7
 Wandertag #8
 -

Berlin, DE
 info@schroeterundberger.de
 www.schroeterundberger.de

WATCHING THE CORN GROW

Cathy Feiss

-

Berlin, DE
 cathyfeiss@sbcglobal.net
 www.web.mac.com/cfeiss/

WALNUT STREET STORIES

Margherita Urbani

-

Walnut St. Stories 1
 Walnut St. Stories 2
 -

Philadelphia, USA
 hello@margheritaurbani.com
 www.margheritaurbani.com

WIE BERNSTEINE IM HIMMEL

Katharina Fricke

-

Bielefeld, DE
 katharina-fricke@gmx.de
 www.katharinafricke.net

Y**YOU**

Luke You

-

YOU [Perpendicular]
 YOU [R.I.P. Dean Turner]
 YOU [The Iron Maiden
 Trilogy, Part 2]
 YOU [This is a picture of
 Elenore and Lauren ...]
 YOU [untitled]
 YOU [untitled]
 YOU [untitled]
 YOU [untitled]
 YOU [untitled]
 -
 Melbourne, AU
 tracing_contact@yahoo.com.au
 http://zinewiki.com/YOU

Z**ZBLAH**Valentin Bigel/
 Mathieu Lambert

-

ZBLAH LAB
 -
 FR
 contact@valentinbigel.com
 www.zblah-lab.com

ZEITSCHRIFT

Christian Egger u.a.

-

Ausgabe 17: Pigiarniq
 Ausgabe 18: Paper
 -

Wien, AT
 zeitschrift.zeitschrift@
 gmail.com
 www.theselection.net/
 zeitschrift/index.html#paper

ZINE

Roald de Boer

-

Zine 38
 -
 Amsterdam, NL
 roald.deboer@gmail.com
 www.roalddeboer.com

COLOPHON

Diese Publikation erscheint anlässlich der Ausstellung / *Published on the occasion of the exhibition* THANKS FOR SHARING!
8.– 30. Mai 2010 D21 Kunstraum Leipzig.

Herausgegeben und kuratiert von /
Edited and curated by: Regine Ehleiter,
D21 Kunstraum Leipzig.

Übersetzung / *Translation:* Regine Ehleiter,
Rosemary Hogarth.

Lektorat / *Copy editing:* Monique Erlitz
Gestaltung / *Graphic design:* Sandy Hofmann,
Ina Kwon, Franziska Leiste,

Henrik Rossbänder
Auflage / *Edition:* 400

Druck / *Print:* Osiris Mega RisoPower

BILDNACHWEIS / PICTURE CREDITS

Wir bedanken uns, für das zur Verfügung gestellte Bildmaterial / *Thanks to everyone for the provided images.*

Titel / *Front cover:* Still / *Still image*
aus / *taken from* „RE: One World“ von / *by*
fallofautumndistro;

Rücken / *Back cover:* „Wie man dem toten Hasen die
Bilder erklärt“ fotografiert von /
photographed by Walter Vogel, in: / *in:*
Schneede, U.: Joseph Beuys. Die Aktionen,
Ostildern-Ruit 1994: 111;

S.09 „Wohlgroth-26“ von / *by* Lupo;

S.12 „Ha-Ha and Orangery, Felbrigg Hall“
von / *by* Philip Halling;

S.13 „Möbiusband“ von / *by* kiesler.org;

S.15 „Beyond Kiosk/Mudam Luxembourg“ von / *by*
www.egodesign.ca;

S.17 „Wikipedia“ von / *by* Rob Matthews,
www.rob-matthews.com;

S.18 „It's a Book, It's a Stage, It's a Public
Place“ von / *by* Markus Dreßen;

S.27 „p-urethane-benefits“ von / *by*
www.gallaghercorp.com/urethane/benefits-of-castable-urethane.shtml;

S.28 von / *by* Stefan Marx.

© 2010, D21 Kunstraum Leipzig,

D21 Kunstraum
Dömeringstraße 21
04177 Leipzig
+49 [0]341 6796190
office@d21-leipzig.de
www.d21-leipzig.de



Dieses Projekt wurde gefördert von /
This project was supported by:



schweizer kulturstiftung



Stadt Leipzig
Kulturamt

prohelvetia



ART [eng]. 'a:ɑːt ,
deutsch „Kunst“],
→ z. B. / e.g.
Joseph Beuys,
deutscher
Künstler / *German*
artist. Er
sagte / *He said:*
„Jeder Mensch ist
ein Künstler.
Damit sage ich
nichts über die
Qualität. Ich sage
nur etwas über
die prinzipielle
Möglichkeit, die
in jedem Menschen
vorliegt ...
Das Schöpferische
erkläre ich als
das Künstlerische,
und das ist mein
Kunstbegriff.“ /
“Everyone is an
artist – an artist
in the sense that
he can develop
his own capacity ...
I'm not talking
about quality ...
You have to
enlarge the idea
of art to include
the whole of
creativity. That
is what my
concept of art.”

eigen
einf
A
Bu
Fanz
Zeichn
Maga
Auf
Zin
Ra

47 × eigentlich
29 × einfach
21 × art
21 × Buch
20 × Fanzines
19 × Zeichnung
18 × Magazin
15 × Raum
13 × Zines
12 × Auflage



1 direkt politisch,
the palm of a hand
sometimes playful



'DIY culture has always promoted the maxims of anti-elitism and, with new technology, they are truer than ever.' [Amy Spencer, DIY: The rise of Lo-Fi Culture] Im zweiten Ausstellungsraum konnte man sich verschiedene Webzines ansehen. / Webzines were on display in D21's second show room.



Die Etiketten waren mit einem „Post-Its“-ähnlichen Kleber in den Zines befestigt. / The labels were affixed to the zines with a "sticky-notes"-like glue.

EXHIBITION



Mehr Bilder von der Eröffnung findet ihr auf flickr. / For more pictures of the opening, check out D21 Kunstraum's flickr account [<http://www.flickr.com/photos/d21/sets/>]



Die beiden Performance-Künstlerinnen Ana Čavić und Renée O'Drobinak a.k.a. *The Ladies of the Press** aus London produzierten am Eröffnungsabend ein Live-Zine mit Bildern, Zitaten und Vorabesendungen der BesucherInnen. / For the opening we invited London-based performance artists Ana Čavić and Renée O'Drobinak a.k.a. *The Ladies of the Press**, to produce a zine on-site including pictures, quotations and other submissions by visitors.



EINLEITUNG

Knapp ein Jahr ist es jetzt her seit wir einen Open Call für die Ausstellung THANKS FOR SHARING! im D21, einem jungen Kunstraum in Leipzig-Lindenau, ausgerufen haben. Unser Open Call richtete sich an KünstlerInnen, die im Jahr 2009 oder 2010 regelmäßig Zines herausgegeben haben – in Abgrenzung zu redaktionellen Kunstmagazinen, einmalig erscheinenden Büchern oder Katalogen. In den Wochen der Vorbereitung sind mehr als 300 Ausgaben aus 25 verschiedenen Ländern bei uns eingegangen. Abgesehen von Ausnahmen, die nicht den Kriterien des Aufrufs entsprachen, haben wir alle Publikationen angenommen und es den BesucherInnen der Ausstellung überlassen, aus der Vielfalt der Einsendungen eine Auswahl zu treffen. Alle Zines konnten dazu flexibel von einem Ort zum anderen bewegt werden. Für weitere Details zu den Zines haben wir kleine Etiketten darin angebracht.

Die Ausstellungsarchitektur basiert auf einem vielseitigen, modularen System, das zu den Veranstaltungen, je nach Bedarf an Sitzflächen oder Podesten, umgebaut werden konnte. Es besteht aus hölzernen Tischen, Bänken und Hockern, die entweder seitliche Ablageflächen oder eine Reihe von Schlitzen besitzen, um die in Größe und Format variierenden Hefte darin aufstellen zu können.

Durch die Zirkulation veränderte sich jeden Tag die Anordnung der Zines – und somit auch das Aussehen der Ausstellung. Das gemeinsame Lesen und Anschauen, sich über Publikationen auszutauschen, sie an andere weiterzureichen, einzelne Ausschnitte durch den Kopierer vor Ort zu vervielfältigen – diese Gesten des Zeigens und [Mit-] Teilens standen im Zentrum von THANKS FOR SHARING!. In seiner ironischen Bedeutung macht der Ausdruck noch etwas anderes deutlich: Die verschiedenen Stile und Ausdrucksformen, denen man in den Zines begegnet, sind in jedem Fall radikal subjektiv. Die veränderte Distribution über das Internet, die es leichter gemacht hat, irgendwo in der Welt genau die Gruppe Menschen zu finden, die die eigenen Interessen teilt, war eines der Themen des begleitenden Symposiums. Viel diskutiert wurde auch die Frage, was Zines und Self-Publishing für KünstlerInnen im Moment [wieder] so populär macht. Die einzelnen Vorträge von Christian Schmidt, Marie Lammers, Oliver Kielmayer, Alain Bieber, Jan Wenzel, Urs Lehni & Stefan Marx sind über den Youtube-Kanal des D21 Kunstraums zugänglich [<http://www.youtube.com/user/kunstraumd21>]. Für die vorliegende Publikation wurden die Beiträge des Symposiums gekürzt und zu fiktionalen Interviews umgearbeitet.

Zusätzlich zu diesen Texten und einem Index der Teilnehmer, findet man im Insert dieser Publikation Installationsansichten, eine Typologie der Ausstellungsarchitektur, ein Poster sowie Fotos der Veranstaltungen im Begleitprogramm von THANKS FOR SHARING!

[z.B. der Performance der *Ladies of the Press** aus London und des Workshops von *Spector cut+paste* aus Leipzig].

Ich möchte mich bei allen bedanken, die diese Ausstellung möglich gemacht haben. Mein besonderer Dank geht an Sandy Hofmann, Ina Kwon, Franziska Leiste und Henrik Rossbänder, die die Ausstellungsarchitektur und alle Drucksachen für THANKS FOR SHARING! gestaltet haben, sowie Oliver Klimpel, Prof. der Klasse für Systemdesign der Hochschule für Grafik und Buchkunst, Anna Lena von Helldorff und Lina Grumm für ihre Unterstützung und ihren Rat. Dank auch an alle ReferentInnen des Symposiums, die nach Leipzig angereist sind, um mit uns zu diskutieren und Erfahrungen auszutauschen. Ausstellung und Symposium wären nicht möglich gewesen ohne die Förderung durch das Kulturamt der Stadt Leipzig, der Kulturstiftung des Freistaates Sachsen und der Schweizer Kulturstiftung ProHelvetia. Mein Dank gilt auch allen Helfern des *D21 Kunstraums* sowie der Kunstbibliothek der *HALLE 14 e.V.* auf der Leipziger Baumwollspinnerei, wo die Zines auch in Zukunft weiter zugänglich sind.

Schließlich möchte ich mich ausdrücklich noch einmal bei allen bedanken, die unserem Aufruf gefolgt sind und ihre Publikationen bei uns eingesandt haben. – Danke für eure Ideen, Anregungen, die vielen Geschichten und – wie es ein Besucher treffend formuliert hat: Some weird and exceptional stuff one cannot find anywhere else.

Regine Ehleiter



Urs Lehni, Oliver Kielmayer & Verena Kuni



Jan Wenzel: „Was Publikationen heute als ein wichtiges Medium in der zeitgenössischen Kunst erscheinen lässt, ist ihre Zirkulationsfähigkeit. Das ist enorm wichtig, wenn man sich bewusst macht, dass Kunstproduktion heute eine Sache ist, die global abläuft.“ / *“One reason that seems to account for the importance of publications in contemporary art is their ability to circulate. This is fundamental, if you think about how art production today is organised so very internationally.”*



SYMPOSIUM

– Warum ist Self-Publishing im Moment so populär? / *What makes self-publishing so popular at the moment?*

Mit Vorträgen von / *with lectures by*

CHRISTIAN SCHMIDT
ehemals Archiv der
Jugendkulturen / *formerly*
Archive of Youth Cultures,
Berlin

MARIE LAMMERS
Freie Grafikdesignerin /
Freelance graphic designer,
Berlin

OLIVER KIELMAYER
Kurator / *Curator,*
Kunsthalle Winterthur, CH

ALAIN BIEBER
Gründer von / *Founder of*
GuteSeiten curated kiosk and
magazine club [mit / *with*
Alexandra Bieber], Hamburg

JAN WENZEL
Publizist / *Publisher,*
Spector Books, Leipzig

URS LEHNI
Gründer von / *Founder of*
Rollo Press, Zürich, CH

STEFAN MARX
Künstler und Gründer von /
Artist and founder of
The Lousy Livincompany,
Hamburg

Abschlussdiskussion:
Moderiert von / *Moderated*
by DR. VERENA KUNI,
Goethe-Universität,
Frankfurt am Main

Alain Bieber: „Wir haben gemerkt, dass der größte Knackpunkt bei den ganzen Magazinmachern meistens der Vertrieb ist. An Menschen, Ideen und Kreativität mangelt es nicht, aber es mangelt eben an Kontakten oder an Möglichkeiten, ihre Publikation dann letztendlich zu vertreiben.“ / *“We’ve noticed that the critical factor for many of the magazine makers is often distribution. There is no lack of people, ideas or creativity, but in the end there’s often a lack of the right contacts or opportunities to get their publications sold.”*



Jan Wenzel und Markus Dreßen, Gründer der Zeitschrift *Spector Cut+Paste* [mit Anne König]. / Jan Wenzel und Markus Dreßen, founders of the magazine *Spector Cut+Paste* [together with Anne König].

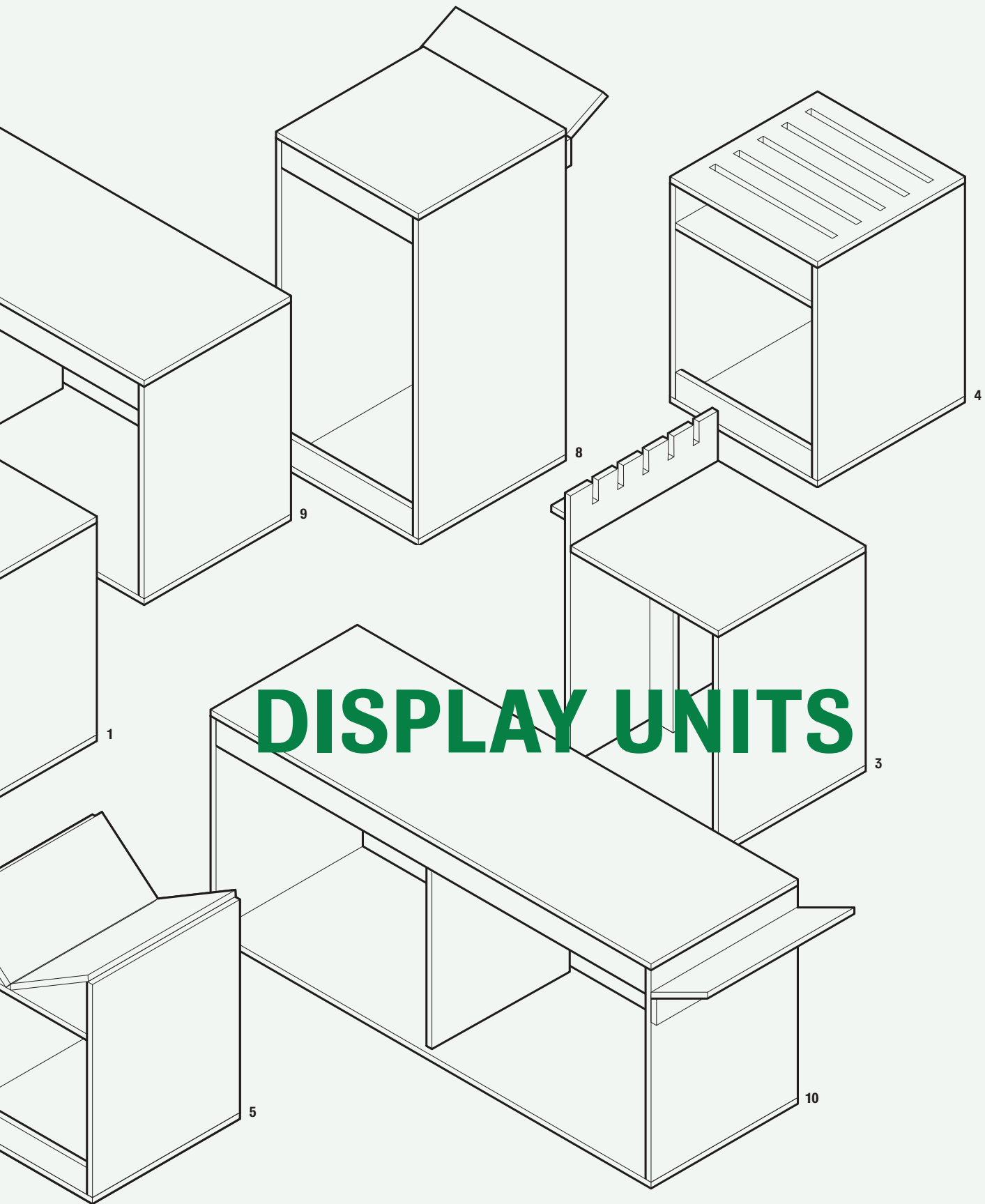
Spector cut+paste ist der Titel der Zeitschrift, die Markus Dreßen, Anne König und Jan Wenzel im Jahr 2001 gegründet haben. Techniken des Cut+Paste, des Ausschneidens und Neueinsetzens, auszuprobieren, war das Thema des Workshops, der am 29. und 30. Mai 2010 in den Arbeitsräumen des D21 Kunstraums und des benachbarten Buchkinder e.V. stattfand. Wie kann man aus vorhandenen Formen und Konzepten etwas Eigenes formulieren? Welche Rolle spielt Aneignung heute für Publizistik und Grafik-Design? Die TeilnehmerInnen des Workshops setzten sich an zwei Tagen mit historischen Künstlerpositionen auseinander [Martha Rosler, Hannah Hoeh, Rolf Dieter Brinkmann u.a.] und gestalteten anschließend ein gemeinsames Zine zum Thema „Krise“.



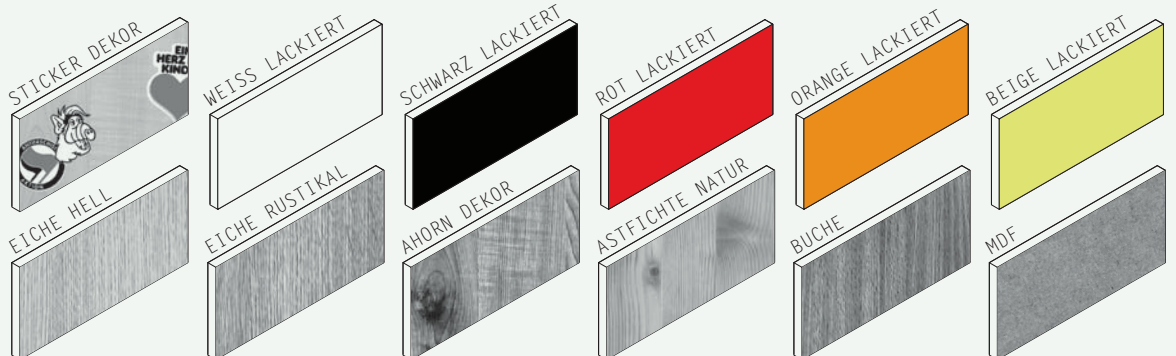
Nach einer Vorstellungsrunde der TeilnehmerInnen erzählten Jan Wenzel und Markus Dreßen von ihrer Arbeit an *Spector Cut+Paste*. / After a short round of introductions, Jan Wenzel and Markus Dreßen talked about their work on *Spector Cut+Paste*.



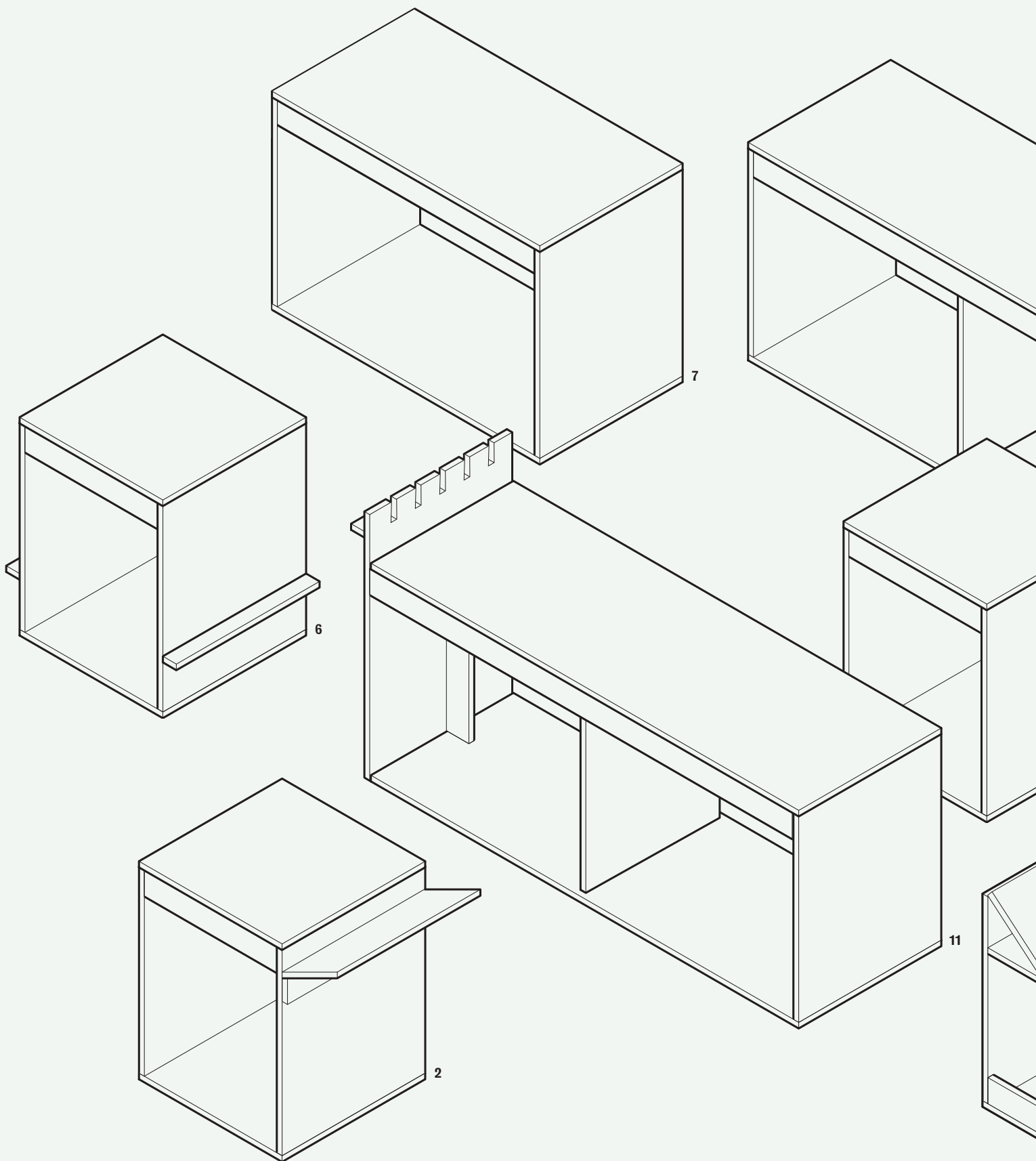
Die TeilnehmerInnen beschäftigen sich je mit einer historischen Künstlerposition und stellten diese anschließend einander vor. / The participants each concentrated on an artist's work and then presented this position to the group.



DISPLAY UNITS



Als Baumaterial dienen recycelte Spanplatten und Teile ausgedienter Möbel in verschiedenen Dekors, die abwechslungsreich kombiniert wurden. / The modules were built from recycled chipboard and parts of dis-used furniture with various patterns, which were then combined in different ways.



Das Mobiliar wurde anlässlich der Ausstellung THANKS FOR SHARING! von StudentInnen der Klasse Systemdesign der HGB Leipzig entworfen und gebaut. Die Serie von Modulen lässt sich beliebig als Sitz- oder Präsentationsfläche einsetzen. / We invited Systemdesign students from the Academy of Visual Arts in Leipzig to design and construct a modular system of display units for THANKS FOR SHARING!.

1. HOCKER

50 x 40 x 40 cm

2. HOCKER MIT ABLAGE

50 x 40 x 40 cm

3. HOCKER MIT STECKPLATZ

50 x 40 x 40 cm

4. HOCKER MIT RILLEN

50 x 40 x 40 cm

5. HOCKER MIT KRIPPE

50 x 40 x 40 cm

6. HOCKER MIT STELLPLATZ

50 x 40 x 40 cm

7. STEHPULT / BANK

75 x 50 x 40 cm

8. PULT MIT BUCHSTÜTZE

75 x 50 x 40 cm

9. BANK

50 x 40 x 120 cm

10. BANK MIT ABLAGE

50 x 40 x 120 cm

11. BANK MIT STECKPLATZ

50 x 40 x 120 cm

[Höhe x Breite x Tiefe] /
[Hight x Width x Depth]

Spector cut+paste is the name of a magazine founded by Markus Dreßen, Anne König and Jan Wenzel in 2001. Invited to do a two-day workshop, they discussed the Cut+Paste principle - the technique of taking something out of its original context and inserting it into a new one - by focusing on the ways in which working with existing forms and concepts can result in new formulations. What is the relevance of appropriation today for Publishing and Graphic Design? On the 29th and 30th of May 2010 the participants of the workshop first dealt with historical artistic positions [i.a. Martha Rosler, Hannah Hoeh, Rolf Dieter Brinkmann], and then produced a zine together, which dealt with the topic "Crisis".



Das fertige Zine trägt den Titel „Krise N° 04177“ [04177 ist die Postleitzahl des D21 Kunstraums in Leipzig-Lindenau]. Jede/r TeilnehmerIn gestaltete darin zwei A4-Seiten. / The zine was named „Krise N° 04177“ [Crisis n° 04177, the letter indicates D21 Kunstraum's postcode in Leipzig-Lindenau]. Each participant designed two A4-pages in it.





Christian Schmidt: „Der Begriff Fanzine taucht das erste Mal in der US-amerikanischen Science-Fiction-Szene auf. Dort hatte sich so um 1920 herum eine bestimmte Fangemeinschaft gegründet, die an Science-Fiction-Erzählungen interessiert war.“ / *“At first, the term ‘fanzine’ emerged from the US-American science fiction scene. Around 1920, it started with a fan community that was interested in science fiction stories.”*



Urs Lehni [l.] & Stefan Marx [r.]: „Den Begriff Independent als Gegensatz zum Mainstream finde ich nicht gültig, denn, was ich von allen meinen Publikationen denken möchte, ist, dass sie es eigentlich verdient hätten, Mainstream zu sein, aber einfach die Mittel versagt sind, um das so zu produzieren.“ [U.L.] / *“I believe that the term independent as a counterpart to mainstream isn’t adequate because, what I would like to think of all my publications, is that they would have earned the right to be mainstream, but the means to produce them this way simply doesn’t exist.” [U.L.]*



Abschlussdiskussion
Final discussion – W



Marie Lammers [l.], vorgestellt von / *introduced by* Regine Ehleiter [r.]. Alle Vorträge des Symposiums auf Youtube. / *All lectures are available online:*
<http://www.youtube.com/user/kunstraumd21>



INTRODUCTION

Almost one year has passed now since we made an open call for artzines in the run-up to the exhibition THANKS FOR SHARING! [8-30 May 2010] at D21 Kunstraum, a young, non-for-profit art space in Leipzig. In the open call we focused on periodically published zines made by artists in 2009 or 2010 – as opposed to editorial art magazines, or one off art books and catalogues.

In the weeks before the show, we received more than 300 issues from 25 different countries. Except for those submissions, which didn't correspond to the outlined criteria, we accepted all publications for the exhibition. This decision not to have a jury was much influenced by the enthusiasm and DIY-spirit that pervades the zine community and the astounding variety of styles and contents that we wanted to maintain in the exhibition. We left it to the visitors to make their very own selection. All zines could be moved around flexibly in the exhibition. There was no firm system that allocated publications to a specific place in the rooms. For further information about the publications we worked with labels affixed to the zines themselves instead of having complicated, often confusing floor plans.

The exhibition architecture, developed by design students of the Academy of Visual Arts in Leipzig, was itself based on a flexible, modular system and could easily be reorganized for different exhibition-related events. It consisted of wooden tables, benches and stools of compatible sizes, which either had trays attached to them on the sides or a number of slots for inserting the publications. Through circulation, the arrangement of zines, and therefore the appearance of the exhibition, changed slightly every day. Just as distribution outside the gallery mainly works on the basis of recommendations, visitors who came to see THANKS FOR SHARING! passed on zines they liked, or often sat next to each other reading and talking about a publication. The Xerox-machine allowed visitors to copy clippings from the zines they liked and also picked up on this gesture of sharing. The ironic use of the phrase THANKS FOR SHARING! shows that the sense of humour, the styles and various forms of expression to be found in zines are, if anything, always radically subjective.

The ways in which the distribution of zines has changed as a result of the Internet [i.e. that it has become much easier to find like-minded people, even if they are somewhere at the other end of the world] was one of the issues discussed in the accompanying symposium. Another much debated question was why working with zines and why self-publishing has, once again, become so popular among artists. The lectures by Christian Schmidt, Marie Lammers, Oliver Kielmayer, Alain Bieber,

Jan Wenzel and Urs Lehni & Stefan Marx are all available online [<http://www.youtube.com/user/kunstraumd21>].

For this publication the talks were shortened and have been given new shape as fictional interviews. In addition to these, you will find an index of all participating zines, installation views, a typology of the display units that were built for the show, a poster and photos of the events held at D21 Kunstraum throughout the exhibition [for example a performance of the London-based Ladies of the press and a workshop by Spector cut+paste from Leipzig].*

I would like to thank everyone who helped to make this exhibition possible. Special thanks go to Sandy Hofmann, Ina Kwon, Franziska Leiste and Henrik Rossbänder who designed the exhibition architecture and all printed matter for THANKS FOR SHARING!, to Oliver Klimpel who runs Class for Systemdesign at The Academy of Visual Arts Leipzig as well as Anna Lena von Helldorff and Lina Grumm for their assistance and advice. Sincere thanks to all speakers at the symposium who presented their work and shared their thoughts with us.

The exhibition and symposium would not have been possible without the financial support of the Cultural Office of the City of Leipzig, the Cultural Foundation of the Free State of Saxony and the Swiss Cultural Foundation ProHelvetia. Thanks to all helping hands in D21 Kunstraum and to HALLE 14 e.V.'s library, where all zines from the exhibition will be further accessible in Leipzig.

Finally, to everyone who sent us one or more of their publications and filled this whole concept with life – thanks for sharing your ideas and artworks, many stories and as one visitor put it: some weird and exceptional stuff one cannot find anywhere else.

Regine Ehleiter



„Mal handtellerklein, mal DIN A4 kommen sie daher, mit Texten oder als bloße Bildersammlungen, mit Grafiken, Foto- und Typografien, Kritzeleien, bunt und grau, [...] mal mal verspielt oder harmlos - doch stets ist eine eigene Sprache zu erkennen.“ [Tobias Prüwer: Die Kunst des Zirkulierens, Kreuzer, 05/2010]. / “They come as small as or in DIN A4, with texts or merely as a collection of pictures, with graphics, photo- and typography, scribbles, gaudy or grey, [...] sometimes directly political, so and tame - but always with a very peculiar style.” [Tobias Prüwer on THANKS FOR SHARING! in Leipzig’s city magazine Kreuzer].



Mit jedem Besucher änderte sich die Anordnung der Zines, da diese frei im Raum bewegt werden konnten. / The zines could be moved around freely in the exhibition.



Klebstoff #2, die neue Ausgabe des Stick Zines aus Dresden, wurde am 14. Mai im D21 vorgestellt. / Klebstoff #2, a sticker zine from Dresden, was released on 14 May at D21.