

02 - 2021

www.schwarz-magazin.de ISSN 2748-0380 9,50 Euro

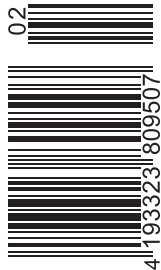
schwarz

MAGAZIN FÜR INNOVATION & RISIKO

NEU!

DESIGN,
INSPIRATION,
PRINT.

ALLES
PORNO!



02

KONZEPTION, GRAFIKDESIGN UND ILLUSTRATION TRIFFT AUF KREATIVES UND INNOVATIVES HANDWERK

DIE 2. RUNDE!



18921

NEVER MIND CONFERENCE EXHIBITION THE KIOSK FESTIVAL KREATION UND INNOVATIVES HANDWERK

schwarz
MAGAZIN



Verlag für
Zielgruppeninformationen
GmbH & Co. KG

UNION GEWERBEHOF DORTMUND - HUCKARDER STRASSE 10-12, WERKHALLE, 44147 DORTMUND

ALLE INFOS UNTER:

WWW.NEVERMINDTHEKIOSK.DE

EDITORIAL

Alles Porno!



Carsten Gritzan, Chefredakteur

Liebe Leserinnen und Leser,

vorab möchte ich mich im Namen unserer Schwarz-Crew herzlichst bei Ihnen bedanken. Wir durften mit der Veröffentlichung unserer ersten Ausgabe nicht viel erwarten. Ein neues Print-Magazin, ohne jegliche Reputation, jedoch mit einem großartigen Netzwerk von Kreativen, sattelfesten Geschäftspartnern und vor allem, einem Ziel.

Dem Ziel die Druckbranche in einem kreativen, innovativen und inspirierendem Licht erscheinen zu lassen. In all ihren beeindruckenden Facetten. In einer Form, die auch branchenfremden Leserinnen und Lesern Spaß macht und Neugier weckt. Das ist uns gelungen.

Wir haben mit dem Schwarz Magazin einen ordentlichen Kaltstart hingelegt. Und trotzdem dürfen wir an dieser Stelle voller Stolz einen Erfolg vermelden. Der unzähligen positiven Resonanzen wegen, die unsere Redaktion in Form von Nachrichten und Glückwünschen erreicht hat, oder der in dieser Höhe nicht zu erwartenden Abo-Bestellungen und Einzelverkäufe. Überwältigend.

Das Thema zu unserer aktuellen Ausgabe „ALLES PORNO“ trifft den Nagel auf den Kopf. Eigentlich hatten wir keine Wahl die Nummer Zwei anders zu

benennen. Zum einen entspricht die Aussage irgendwie unserer momentanen Gefühlslage, zum anderen haben wir in unseren vielen Gesprächen und Besuchen kaum einen Slogan häufiger gehört. Buchbinderporno, Papierporno, Druckporno, Verpackungsporno. Alles Porno eben.

Vielleicht ist das auch genau der richtige Begriff, die Euphorie an tollen Produkten festzumachen. Die Haptik, der Glamour der Veredelungen, die Schönheit und der Schmutz.

All dies präsentieren wir in dieser zweiten Ausgabe. Super, toll, mega...ist da zu wenig!

Viel Spaß beim lesen und entdecken,

Carsten Gritzan

In dieser Ausgabe

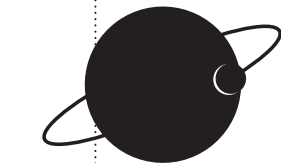
#2



6

David Pearson

Alles was ich nicht kann



18

Theresa Wedemeyer

Über Tradition und Tellerrand
zur Perfektion



64

**Archiv der
Jugendkulturen**

Zwischen Kunst, Punk
und Irgendwas



28



Michael Becker

KI in der Druck-
und Medienindustrie



42

**Die Werkstatt
zum Magazin**

So zogen wir los



12

Jan Meininghaus

Die Vielfalt eines Genres



56

p98a

Typo für alle



46

YONIL

Der schmale Grat



36

Maren Schwitalla

Road & Board



Frank Schmolke

Der erste Strich



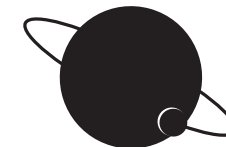
24



52

Sabine Reister

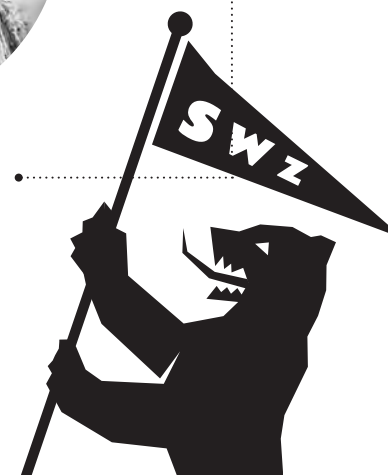
5 R's für Kreative



33

Giddy- und Jungsheft

45 Grad



Impressum

70

Kolumne

69

Editorial

3

David Pearson

Alles was ich nicht kann

Beurteile nie ein Buch nach seinem Äußeren. Hätte David Pearson sich daran gehalten, dann wäre er jetzt wohl arbeitslos. Denn seit über 20 Jahren gestaltet er Buch-Cover und baut darauf, dass wir seine Bücher aufheben und urteilen. Und am besten nie wieder ablegen.

Wir treffen David an einem verregneten Freitag morgen. Seinen Termin mit dem Schwarz Magazin hat er fast vergessen, kommt zu spät und entschuldigt sich genauso häufig, wie er für seine Arbeit ausgezeichnet ist. Ein waschechter Brite eben. Seine steile Karriere und seinen Erfolg merkt man ihm nicht an, Ehrlichkeit ist ihm wichtiger. So erzählt er uns von seinem Werdegang als Buchgestalter und Typograph, von den Höhen und Tiefen. Die Begeisterung für seinen Beruf sprudelt über und füllt jeden Zentimeter. Es fällt uns leicht zu glauben, dass für David nie etwas anderes in Frage kam.

Bücher, besonders die von Penguin sind schon immer seine Leidenschaft gewesen. So beginnt er nach seinem Studium dort zu arbeiten. Er wird engagiert, einsam und allein im Archiv des Verlages zu recherchieren. Im riesigen Archiv verirrt sich David regelmäßig, von Reihe zu Reihe zieht er jedes einzelne Buch hervor, begutachtet und schätzt ab. *“Es war ein bisschen wie*



© David Pearson

eine sekundäre Bildung” blickt er heute auf die Monate zurück. Bis heute ist David bei Penguin tätig, hat zahlreiche Cover gestaltet und ganzen Buch-Serien einen neuen Anstrich verpasst.

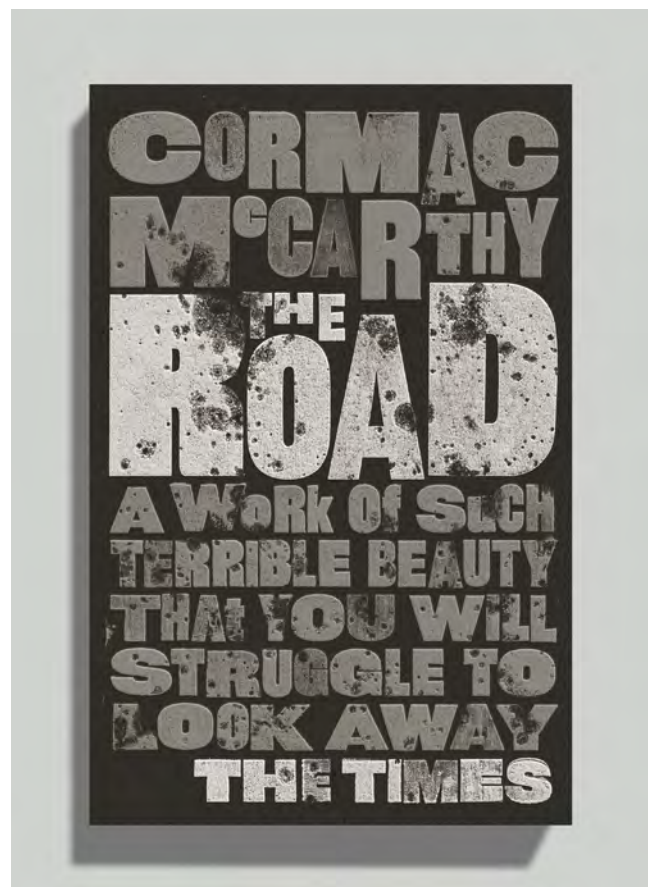
Aber mal ganz auf Anfang.

Wir wollen wissen, woher seine Vorliebe für Typografie stammt. Fast entschuldigend erzählt er *“Das ist auch aus meinen eigenen Einschränkungen so entstanden, aus den Dingen, die ich nicht kann. Ich kann nicht malen, nicht zeichnen. Ich bin schon nervös, wenn ich ein Bild zuschneiden muss, habe dann immer das Gefühl, ein Kunstwerk in sich selbst zu zerstören.”* Ein Ausschlussverfahren, es sei ihm nur die Typografie geblieben. Vor allem die Zeit im Archiv habe ihn geprägt, habe ihm das Klangvolumen der Schrift nähergebracht. Seitdem komponiert er Bücher fast ausschließlich mit Typografie.

→



Typograph und Buchgestalter David Pearson
© David Pearson



Der apokalyptische Inhalt des Buches wird durch den energischen Druck atmosphärisch wiedergegeben.
© David Pearson

„Man kann nie ganz vorhersehen, wie das Resultat am Ende wird. Aber es ist immer greifbar, man kann es fühlen!“

“Die Welt der Typografie und der Schrift ist so reich wie nie zuvor und es gibt immer etwas Neues zu entdecken. Selten suche ich darüber hinaus.”

Dort fühlt er sich frei von jeglichen Zwängen, experimentiert. Er liebt die Vieldeutigkeit, liebt dass er mit Wahrnehmungen und Erwartungen spielen kann. Wo ihn Bildmaterial einschränkt, da befreit ihn die Schrift. Sie sei losgelöst, auf wundersame Weise sogar neutral. Sie könne Interpretationen fördern, oder in die Irre führen. Diese Gelegenheiten, diesen Raum die die Typografie öffnet, bespielt David bewusst. So auch für George Orwells 1984. Simpel wie effektiv überdruckt er Titel sowie Autor, schafft eine Verbindung zwischen Inhalt und Cover.

Wirklich besonders aber macht es jedoch nicht die Qualität des Überdruckes, sondern eher der Mangel dessen. Denn jede Berührung, jede umgeblätterte Seite enthüllt das Cover. Der Überdruck verschwindet, blättert ab... und Big Brother verliert. Ganz aus Versehen.

Und wir verstehen so langsam. Für David zählt noch lange nicht nur ein ästhetisches Cover, sondern die Verknüpfung zum Inhalt. Das ist einer der Gründe, weshalb er fast jedes Buch das er gestaltet auch liest. *“Es ist der wohl einfachste Weg Bücher zu gestalten. Schon bei der ersten Seite kommen mir die ersten Ideen, ohne dass ich es wirklich versuchen müsste. Zu schummeln, und es auf eine andere Art zu lösen, das funktioniert einfach häufig nicht”* erzählt David. Und so stapeln sich bei ihm die Bücher in jeder Ecke. Bücherregale hat er natürlich, dennoch scheinen sie nie ausreichend Platz zu bieten. Also migrieren die Bücher auf den Boden, häufen sich in zahllosen Stapeln.

Fast genauso zahllos finden sich Papiere, Ausschnitte und Drucktests in der Wohnung verteilt. Denn wenn der Computer mal nicht weiterweiß, geht es analog weiter. Die Energie, die ein schneller Druck, ein schneller Strich mit dem Stift ausstrahlt fasziniert ihn. *“Wenn man schnell eine Schrift druckt, mit wirklich nasser Tinte, dann kann man diese Geschwindigkeit, diese Ener-*



Die 22 wurde für Lessebo zu einer magischen Zahl – mit ihr setzen wir ganz neue Maßstäbe in der grafischen Papierindustrie!

Was steckt hinter der 22? Der CO2-Ausstoß pro hergestellte Tonne Papier und Zellstoff beträgt bei Lessebo erstaunliche 22 Kilogramm. Das ist in der Tat ein einmaliger Wert, denn zum Vergleich: Der Industriedurchschnitt für grafische Papiere liegt bei über 600 Kilogramm pro Tonne

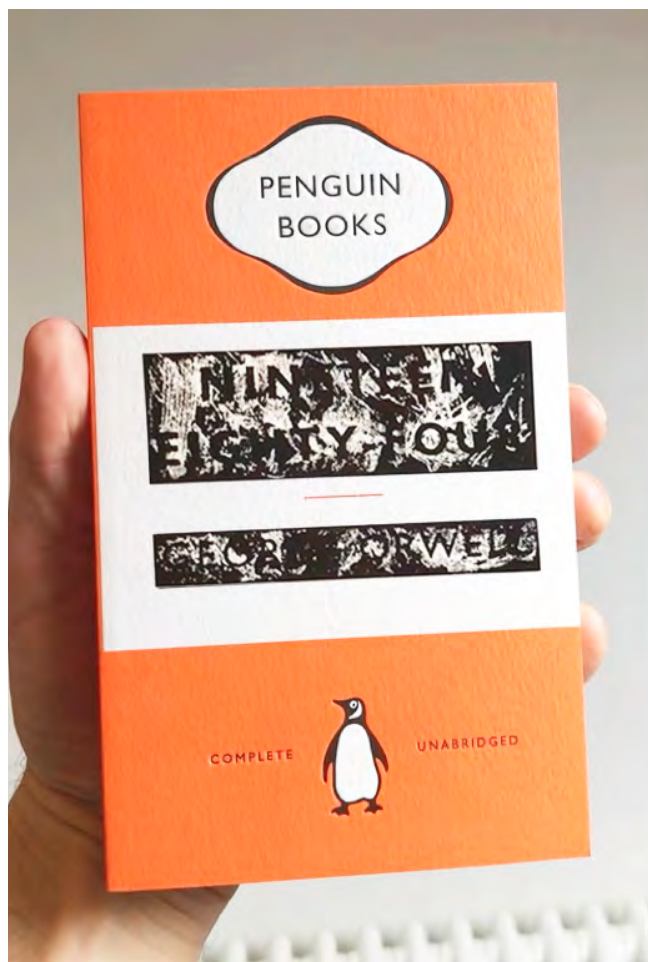
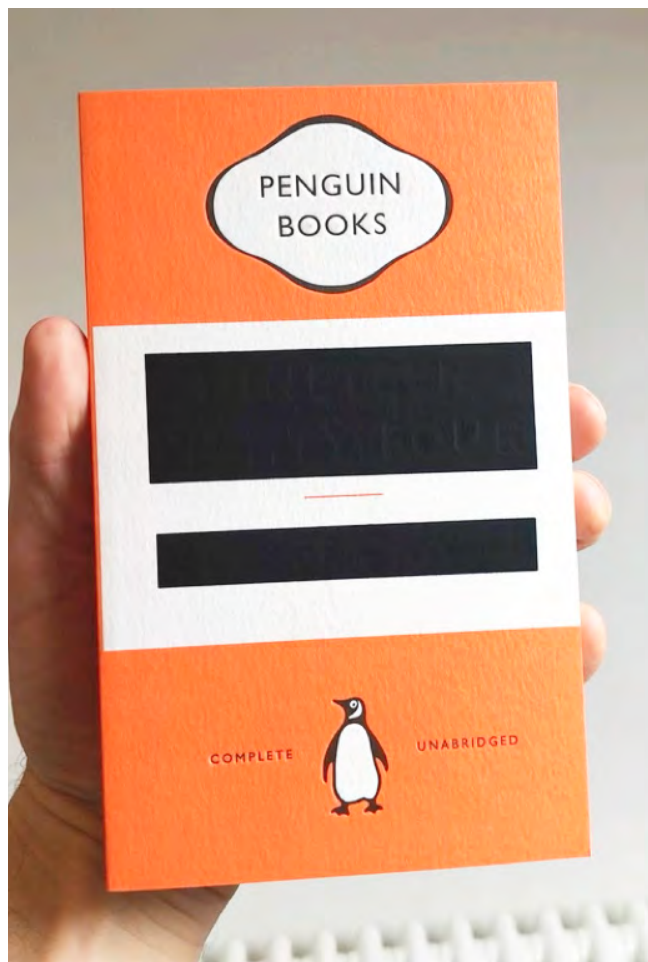
Mehr erfahren unter www.igepa.de/lessebo

Gedruckt auf Lessebo Design Smooth Bright, 120 gsm, IGEPa-Artikel-Nr. 4277-13



LESSEBO DESIGN® IST TEIL
DER IGEPa SELECTION
#SIMPLIFYPAPER

✕ ▲ ■ ● ◆
SELECTION
BY IGEPa



gie kommunizieren. Ich nutze diese Prozesse und versuche dadurch eine Energie zu generieren. Das kann ein Computer nicht." David arbeitet besonders gern mit Gummi-klischees, schmiert sie an Wände, hüpfte auf ihnen rum, spielt mit der Technik. Er verlässt sich auf diese analogen Drucktechniken, vertraut auf die Energie, die sie transportieren, verliert sich in ihnen und in den Fehlern die sie unweigerlich hervorbringen. "Man kann nie ganz vorhersehen, wie das Resultat am Ende wird. Aber es ist immer greifbar, man kann es fühlen!"

Diese taktile Energie findet man in jeder seiner Bücher. So auch in der Serie Great Ideas, für die er Klassiker der Literatur neu aufwertet. "Wir haben uns dafür auf die Geschichte der Typografie bezogen, so war es ganz natürlich mit Prägung zu arbeiten." Über die Typografie und den Druck vermittelt er den historischen Rahmen, führt den Leser über die Haptik an Nietzsche, Wilde und Beauvoir heran. Er baut dafür auf eine reduzierte Farbgebung, erlaubt so im Druck mehr Möglichkeiten. Denn für David hängt das alles zusammen. Inhalt, Typografie, Drucktechnik. Aus diesem Zusammenspiel schafft er Atmosphären. Und kommuniziert so den Inhalt des Buches, ohne ihn tatsächlich zu offenbaren.

David Pearson

www.instagram.com/typeasimage
www.typeasimage.com

Bilder: © David Pearson

Penguin Books

Penguin Books ist einer der größten Verlage im englischsprachigen Raum.

Bekannt sind sie für ihre besonders günstigen und markant orangenen Taschenbücher.

MAKE PRINT DIRTY AGAIN

SCHWARZ-ABO

4 + 1 AUSGABEN FÜR 35,50 €

inkl. MwSt. & Versand (innerhalb Deutschlands)

Bestellungen: abo@schwarz-magazin.de oder www.schwarz-magazin.de/shop



SWZ
MAGAZIN

* der
vfz

Verlag für
Zielgruppeninformationen
GmbH & Co. KG



ILLUSTRATION

Jan Meininghaus

Die Vielfalt eines Genres

In Rees am Niederrhein angekommen, werden wir vom gut gelaunten Illustrator, Labelgründer und Musiker Jan Meininghaus in Empfang genommen. Bestens informiert über Jan's Arbeiten, über seine Sidekicks und Projekte, können wir also loslegen. Wir sind vorbereitet und haben viele Fragen im Gepäck. Während unseres mehrstündigen Besuches, finden wir außerdem genügend Zeit, um in Jan's Gedanken über die Zukunft der Branche, seine Bedenken, seine Pläne und seine Ursprünge einzutauchen.

Wer sich über die sozialen Medien über Jan informiert, wird ihn umgehend in die Schublade "Rock'n`Roll"-Grafik und Illustration stecken wollen. Das ist sicher verständlich, auch richtig, wird aber dem Gesamtbild nicht gerecht. Auch wenn Jan sich in dieser Schublade sehr wohl fühlt. Jan's Leidenschaften sind nun mal Filme, Musik und die einhergehenden Artworks. Vorzugsweise aus den 80ern. Jan's Kindheit und Jugend haben ihn ganz offensichtlich stark geprägt. Eine Vielzahl seiner Arbeiten sind genau in diesem Genre angesiedelt. Plattencover, Gigposter und Skateboards. Spätestens beim Betreten seines Studios ist klar, woher Jan seine Inspiration nimmt. Kurz und knapp ist sein Kommentar zu unseren Sabberfäden ziehenden Gesichtern. *"Wo man arbeitet, muss man sich wohlfühlen"*. Da stehen wir nun auf dem "Shining"-Teppich und bewundern das Bonanzarad, den riesigen Delorean, die Wand aus Ghettoblastern, eine rekordverdächtige Star Wars-Sammlung, Super 8-Kameras und die vielen weiteren Memorabilias wohin man auch schaut.

Stimmt, hier kann man sich wohlfühlen. Unsere Fotografin Tina weiss nicht wo sie anfangen soll. Ein Glücksfall...und doch ist da noch so viel mehr.

Der Eindruck, den das Web hinterlässt, ist also gar nicht so verkehrt. Jedoch ist der Illustrator bereits seit dreißig Jahren als Illustrator selbstständig. So sehr wir Jan auch gönnen würden, von Rock-, Metal und Film-Motiven leben zu können, so einfach ist es leider nicht. Auch wenn Rock-, Metal und Film-Motive einen festen Platz in seinem Portfolio einnimmt, ist Jan ein gefragter Illustrator für viele weitere Branchen, die vielleicht nicht sofort in einem Atemzug mit Jan Meininghaus in Verbindung gebracht werden. Banken, Streaming-Konzerne oder Zeitungen, sind so gar nicht Rock'n`Roll. Diese Arbeiten gehen neben den auffälligen, schillernden Musik- und Retro-Motiven unter, sind jedoch nicht weniger wichtig. Gerade das beeindruckt an seiner Arbeit. Die Vielseitigkeit, von der sich so manch angehende Illustratorin und angehender

Illustrator eine Scheibe abschneiden könnte. Jan ist Autodidakt. Obwohl er an der Folkwang Universität der Künste in Essen kurz studiert hat, wird ihm dort schnell bewusst, dass ein Studium ihn nicht in seinem Vorhaben weiterhilft. Un-typisch, aber es sollte eine richtige Entscheidung gewesen sein.

Seine mutige Vorstellung, sich nicht aufgrund von vorgegebenen Arbeitsstrukturen und Konzepten, sei es im Studium, später in Agenturen oder ähnlichen Medienbetrieben anpassen zu müssen, zahlt sich aus.

Die Frage, ob externe Einflüsse den eigenen Stil nach vorne bringen, auf eine höhere Ebene befördern, oder den ursprünglichen Gedanken verfälschen, lässt sich nur schwer beantworten. Gute Beispiele wird es für beide Seiten geben. Ein interessantes Thema, welches sicher viele hitzige Diskussionen auslösen könnte.

Segen und Fluch

Jan macht sich Gedanken um die Zukunft seines Berufes. Auch über den Einfluss der sozialen Medien auf die Auftragsvergabe, die Präsentation oder das Image der Künstler. Und er macht sich Gedanken, bis wohin man dieses "Spiel" mitspielen möchte oder muss. Hier wird der sonst sehr selbstsicher und fokussiert wirkende Illustrator nachdenklich. Mit solchen Gedanken wurden wir mit dem Schwarz Magazin schon häufig in unseren Interviews und den Werkstatt- und Studio-Besuchen konfrontiert. Zwischen Frust und Begeisterung ist sehr viel Spielraum. Auch Jan fällt es schwer sich mit seiner Meinung zu positionieren. Für einen Gestalter ist es schwierig zu akzeptieren,



Jan Meininghaus blickt auf eine Vielzahl an Veröffentlichungen zurück

dass die Präsentation der eigentlichen Arbeit nicht der ausschlaggebende Faktor für ein gut besuchtes und viel geteiltes Profil ist. Auch die Gewissheit, dass der Zug, wo immer er auch hinfahren mag, schnell abgefahren ist, sollte man den Aufsprung verpassen, macht den Umgang mit dem Medium nicht leichter. Es ist schon lange nicht mehr die Frage: "Soll ich, oder soll ich nicht?", sondern die wichtige Frage ist: "Wie soll ich?".

Beschweren möchte Jan sich allerdings nicht. Er ist ausgelastet. Er wird von den unterschiedlichsten Branchen gebucht. Meist über seine Repräsentanz bei „Die Illustratoren“ im Web, oder durch Bestandskunden und Weiterempfehlungen. Aber auch hier spielt die Präsenz und vor allem die Höhe der Reichweite in den sozialen Medien eine immer wichtigere Rolle. Große Unternehmen buchen für eigens dafür konzipierte Projekte, Designer*innen oder Illustrator*innen um

bestimmte Zielgruppen zu erreichen und um von deren Reichweite und Reputation zu profitieren.

Dieses Vorgehen hat sich etabliert und wird zukünftig für die Unternehmen noch mehr Einfluss auf die Auswahl der Kreativen nehmen.

Manche Designer*innen reagieren und bauen gezielt die Instagram-Profile aus. Mit freien Arbeiten, die ausschließlich darauf ausgerichtet sind, die Masse zu treffen und um die Reichweite in Form einer steigenden Follower-Zahl aufzuwerten. Ein kleiner Vorgeschmack auf den vorher angesprochenen Zug in Richtung Zukunft?

Jan hat sich weit gefächert aufgestellt. Beispielsweise als Hausillustrator für das Label RUMBLE 59 aus Essen. Seit vielen Jahren sorgt er zusammen mit seiner Lebensgefährtin Mareike für den unverkennbaren visuellen Stil des Labels. Diese Beständigkeit ist wichtig. Für das Rockabilly-Denimlabel „www.rumble59.com“ und den angebundenen Webshop entsteht die komplette Gestaltung im nieder-rheinischen Grafikstudio. Shirt-Motive, Pomaden-Dosen, Gürtelschnallen und natürlich die Gestaltung der Kataloge, inklusive der Fotosessions. Beeindruckend. Und durchaus erfolgreich. Ein Erfolg, an dem Jan's Arbeit einen großen Anteil hat.

Born too late

Unlängst hat Jan auch ein eigenes Shirt-Label gegründet "BORN TOO LATE". Vom Namen angefangen, tobt sich der Illustrator und 70er/80er-Fanboy hier aus. Die Präsenz, das Marketing und die Motive

entspringen allesamt Jan's nostalgischen Vorlieben. Selbst den Image-Film hat Jan mit einer seiner Super 8-Kameras selbst gedreht. Kaum zu glauben, wirkt der Film doch so, als hätte jemand ein gut gemachtes Retro-Video produziert. Mit Effekten und Overlays. Alles ist original so, wie es die Kamera hergegeben hat. Das ist Jan wichtig. Auch den Druck der Textilien und den entsprechenden Verpackungen übernimmt er mit seiner Siebdruckwerkstatt "ALTE SCHULE MANU-FAKTUR". Mit der Werkstatt sind wir auch schon beim nächsten Sidekick.

Jan hat in Rees den Dachboden einer alten Grundschule zu einer Siebdruckwerkstatt umgebaut. Zum einen nutzt er diese für sein BORN TOO LATE-Apparel, zum anderen ist die ALTE SCHULE MANUFAKTUR ein



„The Fall Guy“-Poster © Jan Meininghaus



Siebdruck in der „Alte Schule Manufaktur“ © Jan Meininghaus

Treffpunkt und Kooperations-Pool für andere Künstler*innen. Gemeinsame Konzepte und Projekte können hier realisiert werden. Ob Bands unter Anleitung selbst anpacken und kleine Auflagen ihrer Poster oder Shirts drucken, oder Designer*innen an limitierten Auflagen ihrer Illustrationen experimentieren. ALTE SCHULE MANUFAKTUR ist ein gutes Kooperations-Konzept in einem sehr atmosphärischen Rahmen.

Genau diesen Rahmen hat das Schwarz Magazin genutzt und direkt mit Jan eine SCHWARZ / MEININGHAUS Collaboration ins Leben gerufen. Das Motiv hat natürlich Jan kreiert. Hier können wir mal ruhigen Gewissens behaupten: Ein klassischer Meininghaus. Das Motiv wird als Shirt in sehr kleiner Auflage produziert.

Großflächige Acryl-Gemälde, analoge Zeichnungen oder digitale Illustrationen. Jan Meininghaus beherrscht diese Disziplinen. Weil er Lust darauf hat. Das merken seine Fans und das merken seine Geschäftskunden. Ein Macher, immer auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, um seine Ideen und Visionen zu verwirklichen.

Peace Motherfucker.

www.jan-meininghaus.de

www.born-too-late.com

www.instagram.com/jan_meininghaus_illustration



Collaboration Schwarz Magazin / Born too late

CREATE IT WITH YOUR HANDS © Jan Meininghaus

Der Illustrator Jan Meininghaus und das Schwarz Magazin machen gemeinsam das, was sie am besten können. Sie vereinen eine beeindruckende Illustration mit einer ebenso anspruchsvollen Produktion.
www.born-too-late.com



PORTRAIT

Theresa Wedemeyer



Der Weg zur Perfektion über Tradition und Tellerrand

Das Dortmunder Museum für Kunst und Kulturgeschichte haben wir nicht zufällig als Kulisse für unser Portrait mit Theresa Wedemeyer gewählt. Im Rahmen der Ausstellung Manufactum, stellt das Museum die Arbeiten der Preisträger für den Staatspreis 2021 aus. Theresa Wedemeyer hat mit ihrem Buchprojekt den Sonderpreis 2021 für Bild und Druckmedien verliehen bekommen. Das im traditionellen Bleisatz gesetzte und mit der Abziehpresse gedruckte Werk verdient die durch den Preis gewonnene Aufmerksamkeit und den entsprechenden Rahmen als Teil einer inspirierenden Ausstellung.

Unsere Aufmerksamkeit bekam Theresa doch schon vorher. Eines ihrer Buchprojekte ist uns bereits bei einem Studiobesuch im Rahmen der ersten Schwarz-Ausgabe aufgefallen. Preise, Stipendien und Ausstellungen, Theresa's Arbeit weckt die Aufmerksamkeit der Branche. Warum das so ist, finden wir an einem Vormittag in atmosphärischer Kulisse des Dortmunder Museums heraus.

Im Handwerk ist es Tradition, dass man nach der erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung auf Wander-

schaft geht. Diese Tradition wird in der heutigen Zeit, besonders in der Druckbranche, nur sehr selten weitergeführt. Theresa allerdings ist eine davon. Sie begibt sich 2011 nach ihrer Ausbildung zur Buchbinderin, dreieinhalb Jahre auf die traditionelle Wanderschaft. Ihr Weg führt sie durch die Werkstätten in ganz Europa. Es gibt Spielregeln auf der Wanderschaft. Es darf kein Geld für die Reise oder für die Unterkunft ausgegeben werden. Das hat in England unter anderem zur Folge, dass Theresa auf einem Friedhof in Canterbury übernachtet hat. Respekt. Die Überzeugung an den



Bilder: Andreas Wörmann



I BM G III – Die Sammlerausgabe ist eine flexible, koptische Heftung mit goldener Prägung / Bild: Andreas Wörmann

späteren Nutzen des Erlernten, muss ausgeprägt sein, um in der heutigen Zeit diese Strapazen auf sich zu nehmen. Wenngleich es natürlich nicht immer Nachts auf einem Friedhof enden muss. In den Werkstätten auf dieser Reise beschäftigt sich Theresa weiter mit dem Buchbinder-Handwerk und nutzt die vielen Eindrücke und Erfahrungen, um ihr Wissen über diese Kunst auszubauen. Theresa ist sehr fokussiert in ihrer Arbeit. Ihre Ideen und Konzepte möchte sie so eigenständig wie möglich umsetzen können. Eine Weiterbildung zur Designerin an der Akademie für Gestaltung in Münster ist für sie die logische Weiterführung und sorgt für neue Einflüsse und Möglichkeiten. „Druckgrafik, Haptik und das Verständnis von Technik sind eine spannende Kombination.“

Es folgen weitere Stipendien, durch die Theresa ihre Kenntnisse in den Gebieten Typografie, Handsatz und Buchdruck ausbauen kann.

An dieser Stelle müssen wir dem Verein für schwarze Kunst e.V. ein großes Lob aussprechen. Das Schwarz Magazin hat im Rahmen dieses Artikels mit Willi Beck aus Dachau sprechen können, der sich sehr mit dem Verein für die Weiterführung dieser Kunst einsetzt. Wir können empfehlen, einen Blick auf die Webseite zu werfen und sich durch die verschiedenen Bereiche führen zu lassen.

Theresa lobt die kollegiale Gemeinschaft in den Werkstätten, insbesondere mit den „alten“ Meistern. „Vorrangig herrscht Respekt vor dem Wissen und Können im Beruf und in der Kunst. Das Wissen muss weitergegeben werden. Nur dadurch wird es gut. Diese Einstellung ist eigentlich in den meisten Betrieben anzutreffen. Und mittlerweile ist die Buchbinderei ein sehr weiblicher Beruf.“

Die Herangehensweisen für ein neues Buchprojekt können sehr unterschiedlich sein. Es können Skizzen angefertigt worden sein, die ein bestimmtes Thema

beflügeln. Wenn keine entsprechenden Texte dazu gefunden werden, schreibt Theresa diese eben selber. “Etwas aus dem Nichts zu schaffen, ist anstrengend”. Doch genau diese Anstrengung treibt das kreative Multitalent an. Zeichnungen, Texte und Handwerk aus einem Guss. Das ist etwas Besonderes. “Auf dem Weg zum fertigen Buch, gibt es viele Gabelungen an denen man sich entscheiden muss. Und Know-how hilft, dass man sich nicht so schnell verläuft.”

Allerdings möchte Theresa ihre Werke nicht nur für Museen, Ausstellungen oder Ihr eigenes Bücherregal herstellen. “Ein Buch lebt davon, dass es in Interaktion tritt”.

Der Schritt zur Selbstvermarktung und zur Präsentation, sowie schließlich der Verkauf ihrer Werke, ist Theresa schwer gefallen. Diese Dinge finden vorrangig im Web statt. Die Digitalisierung ist einige Jahre, natürlich auch durch die Walz, an ihr vorbei gegangen. Dieser Umstand war ebenso ein ausschlaggebender Grund für ihr Designstudium an der Akademie in Münster, die sehr auf digitale Prozesse ausgerichtet ist.

Theresa ist froh dass sie angeschubst wurde, um sich mit den digitalen Werkzeugen auseinanderzusetzen. “Ohne diese beschneidet man sich in den Möglichkeiten. Ich bin ein großer Verfechter von Gleichzeitigkeit.”

Theresa hat sich durch ihr Fachwissen einige Standbeine aufbauen können. Neben ihrer freiberuflichen Tätigkeit in der eigenen Werkstatt, arbeitet sie in der Buchrestaurierung einer Bibliothek, sowie als Dozentin an der Münster School of Design.



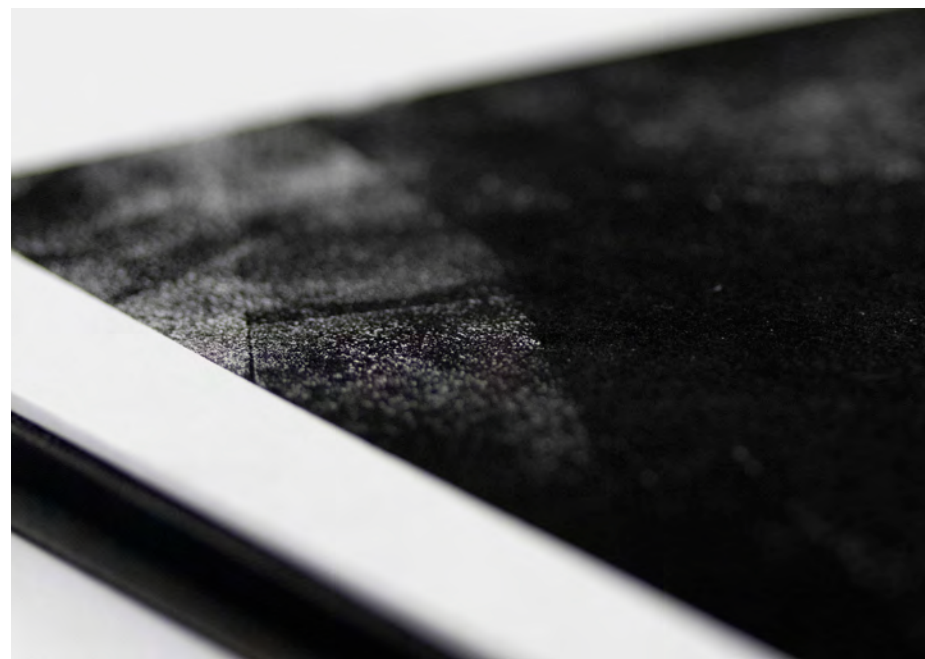
Bilder:

Der Panther

Einlagiger Bradelband

© Theresa Wedemeyer

Die Restaurierung war ein Grund, diesen Beruf überhaupt erst erlernen zu wollen. Sich mit den alten Büchern beschäftigen und sie anfassen zu dürfen, oder später sogar restaurieren zu können, war ein inspirierender Antrieb. Vielleicht waren diese Gedanken der Anfang ihres beeindruckenden, kreativen Weges, der immer weiter geht. Fokussiert, ohne den Blick über den Tellerrand zu vergessen.



Das Preisgeld übrigens, welches Theresa im Zuge des Staatspreises 2021 erhalten hat, wurde bereits in eine Druckerpresse investiert. Und in Lettern. Schließlich steht ihre Meisterprüfung vor der Tür. Es muss noch eine Menge experimentiert und getüftelt werden. Bis es wieder perfekt ist.

www.buch-objekt.de

www.instagram.com/buchobjekt

www.staatspreis-manufactum.de



I BM G III – Die Liebhaberausgabe ist an Fälsche gehalten und als Franzband mit offenem Gelenk gearbeitet / Foto: © Theresa Wedemeyer

Frank Schmolke

Der erste Strich

Das Schwarz Magazin bekommt die Gelegenheit mit Frank Schmolke zu sprechen. Der Comiczeichner und Illustrator aus Markt Indersdorf, im oberbayerischen Landkreis Dachau gelegen, erzählt uns seine spannende Reise, die uns einen wirklich nicht typischen Weg eines Illustrators und Comiczeichners beschreibt.



Als angehender Bildermensch sucht Frank bereits in seiner Jugend nach kreativen Eindrücken, findet sie in den frühen Siebzigern in Comics und Filmen. Frank möchte auf die Akademie. „Der schulische Werdegang wird jedoch holprig. „Ich war eher ein Schulversager.“ Es gab keine Möglichkeit in die nötige Form zu kommen.“ Abitur, Fachhochschule oder Universität bleiben ihm verwehrt.

Stattdessen folgt eine Lehre als Maler und Lackierer, später als technischer Zeichner. Die Kreativität bleibt jedoch seine Herzensangelegenheit.

Ob der „klassische“ Werdegang über ein Design- oder Kunststudium für Frank Schmolke der richtige oder sogar bessere Weg gewesen wäre, ist fraglich. Sind es eben die nicht konstruierten Geschichten und der aus den Situationen entstandene schnelle Zeichenstil, die Frank's Arbeiten zu dem machen was sie sind. Sie sind echt.

Frank ist stark an der Gründung verschiedener Veröffentlichungs-Formate, wie zum Beispiel das Comicaze beteiligt. Engagiert erarbeitet er sich Plattformen, um seine Ideen in Form von Zeichnungen unter die



Cover „Der Augensammler“ © Splitter Verlag



Der Illustrator und Comiczeichner signiert seine Werke © Frank Schmolke

Leute zu bringen und macht sich schließlich einen Namen in der Münchner Comic-Szene.

Der Zeitpunkt, an dem Frank schließlich den Entschluss fasst, sich in die Selbstständigkeit zu wagen, ist mutig. Gerade zum ersten Mal Vater geworden, kündigt er seinen Job und geht in die Elternzeit. 1999 war das noch nicht alltäglich. Zeitgleich beginnt seine Karriere als Illustrator und Comiczeichner. Irgendwie typisch für Frank Schmolke, könnte man denken. Nach nur einer Stunde Interview. Vielleicht könnte man von Glück sprechen, wenn bei einer seiner Ausstellungen ein Freund von Bully Herbig anwesend ist, der Frank aufgrund seiner dort ausgestellten Bilder vom Fleck engagiert,

Tipp der Redaktion:
Perfekt zum Einstieg in die Comics von Frank Schmolke. Trabanten.
Erschienen im Verlag EDITION MODERNE.
Bild: © Edition Moderne



um illustrierte Style Guides für einen Film zu erstellen. Allerdings kann der Zufall auch provoziert werden. Wenn eine kreative Handlung zur nächsten führt, ist es vielleicht doch kein Glück, sondern der Lohn von Arbeit und Engagement.

Bis dahin jedoch fährt Frank Taxi. Und dies seit seinem dreiundzwanzigsten Lebensjahr. Teils neben anderen Berufen, hauptsächlich nachts. Night on Earth lief gerade in den Kinos an, Taxi Driver war noch im Kopf, eine romantisierte, abenteuerliche Welt voller Geschichten, die nicht in einem Büro erlebt werden können. Frank war der Taxi Driver von München.

Krude, teilweise gefährliche Situationen hält er im Notizheft fest, häufig schon

“In allem was ich künstlerisch mache, bin ich Autodidakt.”

mit dem Brushpen illustriert. Im Grunde fertige Zeichnungen.

Zu diesem Zeitpunkt hat sich der Gedanke manifestiert, irgendwann ein Buch daraus zu machen. Es sollte noch fünfundzwanzig Jahre dauern, bis Frank seinen Gedanken Taten folgen lässt und damit beginnt, aus den Skizzen und Aufzeichnungen eine Geschichte zu formen. Der Grundstein für den Comic-Erfolg “Nachts im Paradies” ist gelegt.

“Der erste Strich ist der Beste.”

Mit Edition Moderne findet Frank seinen Wunsch-Verlag. Dort erscheint 2013 zunächst “Trabanten”, später “Nachts im Paradies”, dann “Freaks”. Als großer Jacques Tardi-Fan, ist es für Frank perfekt, im gleichen Verlag wie sein zeichnerisches Vorbild veröffentlicht zu werden.

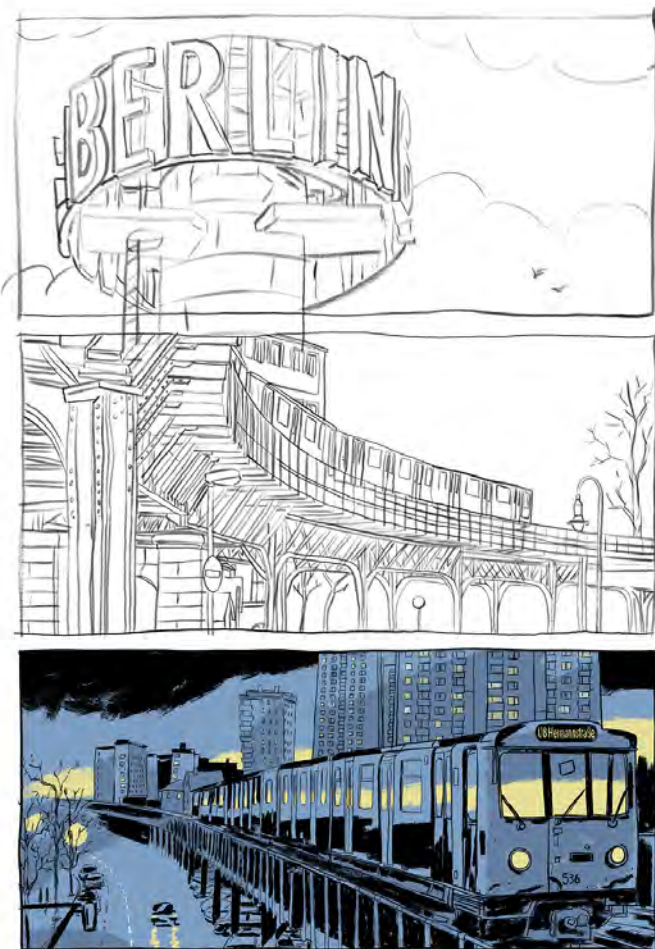
Eine wertige Produktion ist dem Comiczeichner und Illustrator wichtig. Natürlich hat Frank als Autor ein Mitspracherecht was die Ausführung seiner Bücher angeht. Außerdem fällt ihm das Abgeben an andere Kreative von eh her sehr schwer. Allerdings macht ihm der Verlag die Kooperativität sehr leicht. Edition Moderne verfügt über ein grafisch wertvolles und ideenreiches Team. Frank kann sich bei Edition Moderne auf eine optisch beeindruckende Umsetzung verlassen. Ob “Nachts im Paradies”, oder das darauf folgende Buch “Freaks”, sind gestalterisch und produktionstechnisch eine Augenweide. Die raffiniert umgesetzten Werke verleihen Frank’s rauhen, starken Zeichnungen einen würdigen Rahmen. “Das ist der Wahnsinn. Für die ganze Mühe wirst Du da entschädigt.”

Was sich wie eine auf Drama gefakte Vita eines Ver-lages anhört, vom Taxifahrer zum gefeierten und aus-

gebuchten Comic-Buch-Preisträger, der im Feuilleton herumgereicht wird, ist für Frank normal. Es ist eben seine Geschichte.

Nun steht das nächste Kapitel an. Eine noch größere Bühne wird Frank Schmolke mit seinem neuen Projekt bekommen. Das steht bereits außer Frage. Handelt es sich doch um eines der meist gelesenen Thriller der vergangenen Jahre. Der Splitter Verlag engagiert Frank für die Comic-Adaption “Der Augensammler”. Sebastian Fitzek, der Bestseller-Autor ist glücklich mit der Wahl des Zeichners. Das Buch wird viele Leser erreichen. Viele Fans von Sebastian Fitzek sind gespannt auf die Umsetzung. Ein mulmiges Gefühl ist verständlich. Frank stellt sich einer anspruchsvollen Aufgabe, die er soweit wir es bisher anhand der Leseproben beurteilen dürfen, gekonnt meistert. Und dies sogar in Farbe. Er kann es eben. Den Leser mitreißen.

www.schmolke-illustration.com
www.instagram.com/herr_schmolke



Arbeitsproben aus „Der Augensammler“ © Splitter Verlag

Michael Becker

KI in der Druck- und Medienindustrie

Neben der Digitalen Transformation ist Künstliche Intelligenz (KI) ein zentrales Trendthema im digitalen Zeitalter und steht mittlerweile bei vielen Unternehmen auf der Tagesordnung. Es regt die Fantasie der Manager an, welche ungeahnten Chancen in der Technologie stecken könnten – vom autonomen Fahren über effizientere Produktionsabläufe bis hin zu gänzlich neuen Geschäftsmodellen. Das Thema mobilisiert damit nicht nur den wirtschaftlichen Sektor, sondern bietet auch das Potenzial für einen umfassenden digitalen Wandel und stellt damit eine für die Welt entscheidende Technologie-Revolution dar.

Doch was bedeutet das nun genau für die Unternehmen der Druck- und Medienindustrie? Was genau kann KI eigentlich und welche Hürden gilt es zu überwinden?

Egal ob automatische Transformation von Medien durch intelligente Bilderkennung (wie etwa beim Smart Cropping) oder multidimensionale Mustererkennung von Maschinenverhalten auf der Basis von Sensorik/Big Data: Die Künstliche Intelligenz hat mit ihren Algorithmen auch in der Druck- und Medienindustrie längst Fuß gefasst.

Der Schlüssel zu KI: Daten

Schon heute wird KI genutzt, um Medieninhalte zu analysieren, zu interpretieren und sogar zu erzeugen.

Das kommt nicht von ungefähr. Künstliche Intelligenz bedarf großer Datenmengen, und Medieninhalte werden heute alle digitalisiert. „Daten sind das neue Öl“, heißt es.

Vom Chatbot über die Qualitätssicherung bis hin zur Logistik-Steuerung tut sich für Druck- und Medien-dienstleister außerdem eine Fülle von Möglichkeiten auf, künstliche Intelligenz zur Steuerung von Prozessen einzusetzen. Schon heute lassen sich KI-gestützt kosten- und terminoptimierte Druckpläne und komplexe Sammelformen erzeugen, die sich dynamisch an den Auftragseingang anpassen. Künftig könnte KI auch der Robotik zum Durchbruch verhelfen, beispielsweise durch eine optische Lageerkennung beim Konfektionieren von Warenproben.

Im Bereich der Medien zeichnen sich heute vier Einsatzbereiche für Künstliche Intelligenz ab.

1. Prädiktive Wartung in der Drucktechnik

Durch die Digitalisierung und Vernetzung stehen heute vielfältige sensorische Daten von allen technischen Komponenten eines Drucksystems zur Verfügung. Die

Integration und Verdichtung dieser Daten lassen einen bevorstehenden Ausfall eines Drucksystems schon im Vorfeld erkennen. Fachleute gehen davon aus, dass zukünftig 80% der Wartung von Drucksystemen von entsprechend spezialisierten Dienstleistern durchgeführt wird, und die Verlage höchstens noch 20% der Wartung, typischerweise die Reparaturen in Notfallsituationen, selbst vornehmen.

2. Inhaltserschließung von Texten, Bild- und Videodaten

Die KI-basierte automatische Inhaltserschließung von Bild- und Videodaten bietet für die redaktionelle Arbeit wahrnehmbare Effizienzsteigerungen. Für Texte beinhaltet dies die textuelle Erkennung von Personen, Objekten und Orten des Geschehens, von denen im Text die Rede ist (»entity extraction«). Dies ermöglicht es, dem Text passende verwandte Artikel, Bilder und/oder Werbung zuzuordnen zu können.

3. Inhaltsgenerierung, Datenjournalismus

Die datengesteuerte, automatische Generierung von Wetterberichten, von Sportberichten (zum Beispiel im Breitensport, Washington Posts Heliograf) und von Unternehmensberichten (zum Beispiel Bloomberg) nimmt aus Kostengründen einen immer breiteren Raum im Journalismus ein. Bei Bloomberg enthält

schon ein Viertel aller Texte in den Produkten des Unternehmens automatisch generierte Inhalte.

4. Personalisierter Inhalt und Service

Die Personalisierung von redaktionellen Inhalten und werblichen Angeboten auf Basis eines mit KI-Verfahren erstellten individuellen Interessensprofils für jeden Nutzer oder auch natürlichsprachliche Chatbots im Kundenservice sind hier nur zwei mögliche Einsatzbereiche der Personalisierung. Im Bereich Direktmailings und Kataloge lassen sich mit KI Kundendaten besser nutzen, um Direktmailings auf die Interessen jedes einzelnen Kunden abzustimmen. Automatisierung sorgt für effiziente und präzise Prozesse.

Wo wird KI im Mediendesign und der Medienproduktion eingesetzt?

Künstliche Intelligenz ist wie oben schon erwähnt zum Beispiel im Bereich der Bilderkennung weit fortgeschritten. Die Adobe-KI „Sensei“ hilft dem Designer besser und schneller, benötigte Fotomotive zu finden. Künstliche Intelligenz in der Bildbearbeitung Auch in der Bildbearbeitung gehört KI mittlerweile zum Alltag. Sie ist dort aber nicht offensichtlich, sondern arbeitet im Verborgenen. Als Anwender nehmen wir meist nur die angenehme Vereinfachung alltäglicher Aufgaben wahr. Den Druckvorstufen-Leuten wird

**VERTRIEBSKONGRESS
DIGITAL 10.11.2021**
DER Treffpunkt für Vertriebsverantwortliche aus der Druck- und Medienindustrie.

*Expertenwissen, Networking
und jede Menge Praxis-Tipps!*
#vertriebskongress

Programm & Anmeldung: vdmnw.de

VERBAND
DRUCK-
MEDIEN
NORD-
WEST

Daten sind das neue Öl

schon aufgefallen sein, dass die automatischen Tonwertanpassungen in Lightroom und Camera Raw feiner abgestimmt sind als früher. Dahinter steckt künstliche Intelligenz. Sie erkennt typische Bildinhalte und passt die automatischen Algorithmen darauf an.

Auch die Auswahlwerkzeuge von Photoshop haben sich weiterentwickelt. Sie werden in der Handhabung immer einfacher und manche Auswahlen erledigen sich mit der Motivauswahl oder der neuen Objektauswahl inzwischen wie von selbst. Diese Art der Motiverkennung basiert auf Unmengen analysierter und mit künstlicher Intelligenz kategorisierter Bildinhalte. Die immer „intelligenter“ werdende Bilderkennung beschränkt sich aber nicht auf Motivinhalte, sondern funktioniert auch mit abstrakteren Pixelanordnungen. Sie hilft damit bei der Auswahlarbeit, typische Kontrastkanten zu finden, oder bei der Retusche, im Motiv die idealen Quellpixel aufzuspüren. Dank inhaltsbasierter Algorithmen geht uns die Retuscharbeit oder die Auswahlverfeinerung im Fenster Auswählen und Maskieren viel leichter von der Hand.

Möglich macht das Adobe Sensei, das Framework für KI und maschinelles Lernen. KI in Photoshop vereinfacht komplexe Arbeitsabläufe und gibt Nutzern Zugriff auf eine wachsende Bibliothek künstlerischer Filter, um Ideen umzusetzen und Bilder zu verbessern.

Adobe Sensei in Photoshop:

- Inhaltsbasierte Füllung
- Gesichtsbasiertes Verflüssigen
- Themenauswahl
- Rundungszeichenstift-Werkzeug

Michael Becker

Leiter Akademie
Verband

Druck + Medien
Nord West

www.vdmnw.de

[www.instagram.com/
vdmnw](https://www.instagram.com/vdmnw)

- Automatische Auswahl
- Objektauswahlwerkzeug

Künstliche Intelligenz in der Layoutbearbeitung

Wie sieht es mit KI in Indesign aus?

Adobe Sensei unterstützt bei der Suche nach ähnlichen Schriften.

Lassen wir beispielsweise Schriftmerkmale wie Glyphen für alle Schriftarten im eigenen System analysieren können wir anschließend andere Schriftarten identifizieren, die der aktuell ausgewählten Schriftart ähneln.

Bei der inhaltsbasierten Anpassung können die Anzahl der Schritte für das Einfügen grafischer Inhalte in InDesign-Dokumente reduziert werden, indem man den passenden Teil des Inhalts von Adobe Sensei ermitteln und automatisch in den Rahmen einfügen lässt.

Künstliche Intelligenz im Mediendesign

Auch Setzer und Gestalter müssen sich inzwischen selbstkritisch die Frage stellen, wie originell und kreativ ihre Arbeiten sind, um der KI etwas entgegenzusetzen. Aber um die Frage zu beantworten: Wo sehe ich den Designer und wo die KI, würde ich gern den Begriff Medien-Design etwas differenzierter unterteilen bzw. in drei Bereiche unterteilen:

1. Kreative Gestaltung

Bei der Kreativen Gestaltung fungiert der Designer als Ideengenerator und Trendsetter. Hier geht es weniger um das Einhalten von Gestaltungsregeln oder um Systematik sondern um die Realisierung einer besonderen Idee.

2. Systematische Gestaltung

Überall dort, wo Gestaltungssysteme wie Corporate Designs oder etwa bei der



Illustration: Carsten Grizan

Buch- oder Broschüregestaltung Gestaltungsraaster zum Einsatz kommen, geht es um eine rationale Auffassung von Design. Zentral ist das Gestalten, Einsetzen und Ausführen von Gestaltungsgesetzen und -Regeln. Der Designer fungiert hier auch als Design-Manager.

3. Standard-Gestaltung

Kann man davon ausgehen, dass im Kreativ-Design und im System-Design Professionalität und Besonderheit gefragt sind, gibt es einen dritten Bereich, in dem das nicht ausgeprägt der Fall ist. Es gibt viele Drucksachen, die lediglich ein Mindestmaß an Gestaltung erfüllen sollen, die öfter auch nicht von Designern gestaltet werden sondern von Gestaltungs-Laien auf Basis von Templates als Gestaltungsvorlagen oder Musterdateien mit angelegten Satzspiegeln und Hilfslinien.

Hohes Potenzial für KI-Einsatz besteht vor allem beim "Standard-Design, bei hochgradig strukturierten Drucksachen und einfach standardisierten gut systematisierbaren Gestaltungskonzepten. Je umfangreicher ein Werk, desto mehr kann die KI ihre Schnelligkeitsvorteile ausspielen.

Die KI ist gut beim Standard-Design, also überall dort, wo es nicht um den ganz großen Designentwurf geht. Sie nimmt dabei zweifelsfrei dem Mediengestalter

oder Designer lästige Arbeiten ab und beschleunigt vieles. Sie wird auch weiterhin – wie Adobes Sensei – Stück für Stück Teilaufgaben in vorhandenen Programmen übernehmen.

Auch Microsoft baut seine Powerpoint-Präsentationssoftware zum Gestaltungsgenerator um. Die KI erhält betriebswirtschaftliche Daten und lässt PowerPoint automatisiert Charts, Tabellen, Übersichten und Infografiken gestalten. Das Prinzip, Daten von einer KI aufbereiten zu lassen, ist die Zukunft.

Im Marketing geht es immer um die besondere Positionierung, im besten Fall um eine Alleinstellung. Ambitionierte Designer, die Ideen haben, werden deshalb auch zukünftig einen Markt für ihre Kreationen finden. Durchschnittsgestaltung und strukturiertes Design werden von der KI gestaltet werden.

Mein Fazit:

Bis die Künstliche Intelligenz eines Tages perfektioniert ist, wird es einen großen Bedarf an Designern und Mediengestaltern geben, die die KI bedienen, die Designkonzepte kreieren, sie beaufsichtigen und korrigieren. Dies werden aber vor allem hoch qualifizierte Arbeitsplätze sein, während das Gros der Mengen-Arbeiten vermutlich von der KI erledigt wird.

Michael Becker

KREATIV - UND DRUCKWERKSTATT

Letterpress • Siebdruck • Veredelungen

www.schwarz-magazin.de/werkstatt

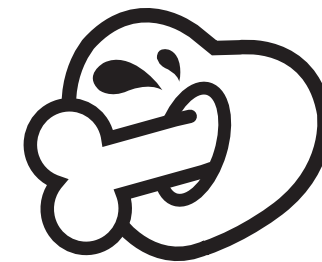
www.printers-kiosk.de



PORNO

Giddyheft Jungsheft

45 Grad



Wäre die Welt ein etwas offenerer Ort, dann hätte sich Nicole uns wohl so vorgestellt: „Guten Tag, mein Name ist Nicole und ich mach ein Pornoheft.“ Zusammen mit Elke bringt sie seit 2005 ein kleines Pornoheft raus, das einfach ganz normale Menschen zeigt. Mit Macken, Dellen, Krumm und Schief. Eben alles was so dazu gehört.

„Die klassische Schnapsidee“ erzählt uns Nicole von den Anfängen des Hefts. Zusammen mit Elke ist sie auf Urlaub, in Griechenland. Die Nacht ist lang und warm, doppelt gebrannter Schnaps steht auf dem Tisch. „Und wir haben uns gefragt, wieso man eigentlich nie so normale Typen nackt sehen kann.“ Vom Schnaps beflügelt entsteht in dieser Nacht also der Grundstein für das Pornoheft, auch wenn die zwei zu dem Zeitpunkt noch gar nicht wissen, dass es überhaupt so genannt werden muss. „Und wie das halt so ist mit Schnapsideen, haben wir uns halt in die Hand versprochen, wir machen das mal!“ Ein Jahr später ist es dann tatsächlich da, das aller erste Jungsheft. Heißen tut es noch anders, aussehen auch. Und weil die Abbildung einer Erektion über 45

Giddy Team © giddyheft/jungsheft



**Mach
Dich
frei!**

Grad laut einer Rechtssprechung Porno ist, heißt es eben Pornoheft. „Da würde ein Kameramann bei einem Pornodreh noch nicht einmal die Kamera für anmachen“ befindet Nicole. Trotzdem war es für beide keine Option die Idee erschlafen zu lassen. 17 Jahre später finden sich in den Heften immer noch Erektionen, weit über 45 Grad, aber eben auch wichtige Texte und Artikel, immer im Bezug auf Sexualität und allem drum herum. Statt Schmetterlingen, rosa Blümchenbrille und fröhlichem Rumgehopse bei Gesprächen zur Menstruation wird hier lieber normalisiert und aufgeklärt. Die Unabhängigkeit des Hefts schafft Raum für offene und ehrliche Gespräche, ganz ohne Scham und ohne Urteil. So können sich Themen, die in der Mitte der Gesellschaft



wenig Platz haben, sich hier ausbreiten, Menschen erreichen. Und das ist längst überfällig, finden wir.

Zum Schluss wollen wir von Nicole noch einmal wissen, was für sie das Heft eigentlich ist.

„Es ist das, was es ist. Es gibt halt keinen Namen dafür. Außer eben den der Rechtsprechung, und das ist eben Pornografie.“ Und es ist doch ein wenig bitter. Normale Menschen. Normale Themen. Realität eben. Und trotzdem Porno? Oder eben deshalb Alles Porno?!

www.jungsheft.de
www.instagram.com/jungsheftgiddyheft

Pornografie wird oft definiert als unmittelbare und deutliche Darstellung menschlicher Sexualität und primärer Geschlechtsmerkmale, die die sexuelle Stimulierung des Konsumenten zum Ziel hat. (Quelle: Wikipedia)



Bilder: © jungsheft/giddyheft
 Illustrationen: Carsten Gritzan

Maren Schwitalla

Grafikdesign im Van-Traum

Nur noch das machen, was mir gefällt. Beruf und Leben in Einklang bringen, denkt sich in regelmäßigen Abständen jeder mal. Es wird sich der Masterplan zum Traum herbeigewünscht. Kreativ arbeitende Menschen kommen solchen Wünschen durch die arbeitsbedingte Flexibilität ein großes Stück näher. Bestimmt sogar. Oft beruhigt der Gedanke daran schon das Verlangen danach und doch bleibt alles wie es ist. Es braucht großen Mut, den angestrebten Weg, sollte er denn gefunden sein, konsequent, zielorientiert und mit einer ordentlichen Portion Durchhaltevermögen zu bestreiten.



Maren Schwitalla © Steven Mahner



So einen Plan hat sich Maren Schwitalla, Grafikdesignerin mit Wurzeln in der urbanen Kulturlandschaft Rhein-Ruhr, mit ihrem Lebenspartner Christian und dem Hund Dexter nicht nur erträumt, sondern auch umgesetzt.

Maren lebt den "Vanlife"-Traum. In einem selbst umgebauten Business-Campervan reist sie von Ort zu Ort und geht ihrem Beruf nach, wo immer es sich ergibt. Das ist Marens Definition von Freiheit. Dafür hat sie hart gearbeitet und tut es weiterhin. Denn diese oft beschriebene Vanlife-Romantik beinhaltet auch das Loslassen. Das Loslassen vom bisherigen Alltag, von Besitz, von Routinen und von Bequemlichkeit. Auf der anderen Seite stehen die Zeichen für einen solchen Weg sehr gut. Es ist kein leichter Weg, aber

Bild: © Maren Schwitalla

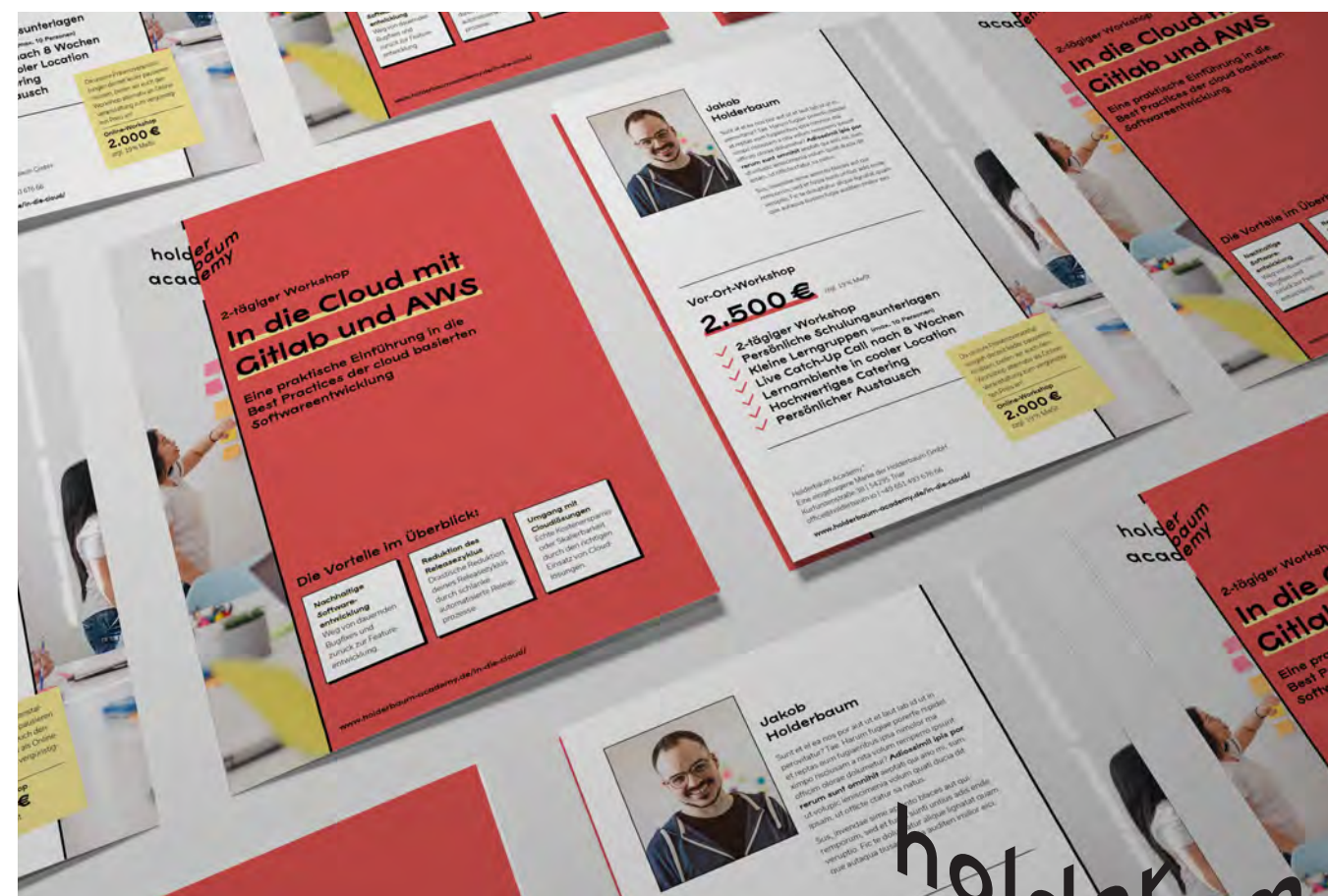


Bild: © Mimi Vollgraf



Holderbaum Academy

Corporate Design
Maren Schwitalla

die Möglichkeiten sind enorm. Das Thema Vanlife war noch nie populärer. Das haben Maren und Christian früh erkannt und lassen die Welt mit ihrem Projekt "Road & Board" über die sozialen Medien an ihrer Arbeit, den Vorzügen, aber auch an den Schwierigkeiten teilhaben. Das Leben im Van heißt nicht nur vor Sonnenuntergängen am Meer mit dem Longboard zu posieren. Diese Ehrlich-

keit kommt an und spiegelt sich in einer hohen Reichweite auf den entsprechenden Kanälen wieder. Plötzlich Influencer, sozusagen. Die beiden ergänzen sich dafür perfekt. Christian, gelernter Kfz-Mechaniker, Mitbegründer der "Busbastler" und Social-Media-Experte bringt das technische Know-how mit, Maren kümmert sich um das Markendesign und die Marken-Strategien. Das passiert alles auf



neo architektur ag

Corporate Design
Maren Schwitalla

Bilder © Maren Schwitalla

einem hohen Niveau, welches viel Engagement voraussetzt und auch Verpflichtungen zur Folge hat. Volle Auftragsbücher und eine Menge Buchungen sind eine motivierende Bestätigung.

Marens Arbeit als Grafikdesignerin profitiert natürlich auch von der gewonnenen Popularität. Das ist Teil des Konzeptes. Vielleicht ein Ausblick auf die kommenden Präsentationsstrategien der Kreativen. Nun muss sich nicht jeder einen Van zulegen und Influencer werden. Doch eine große Reichweite über die sozialen Medien hilft und ist vielleicht der Schlüssel zu den entschei-

denden Buchungen. Es geht nicht um das Auffallen um jeden Preis. Es geht darum, kreative Wege zu finden, die den Unterschied ausmachen. Und diese mit allen zur Verfügung stehenden Möglichkeiten zu verfolgen. Sei es in der Kombination von Zielgruppen, in Überschneidungen oder eine Neuerfindung von Bestehendem. Maren hat ihren Weg gefunden und hebt das innovative "Work-Life"-Prinzip auf eine inspirierende Ebene.

Wer einen Blick auf das Portfolio der Grafikdesignerin wirft, dem stechen sofort die klar umgesetzten und auf das Wesentliche reduzierten Corporate Designs

neo architektur

ins Auge. Unternehmen, Marken und Projekte werden auf all ihre Einsatzmöglichkeiten hin ausgeklügelt konzipiert. Maren's Stil wirkt leicht, offen und doch raffiniert.

Der gelebte Minimalismus spiegelt sich auch in großen Teilen ihrer Arbeit wieder. Aufgeräumt und trotzdem quer. Maren fühlt sich im Printdesign sehr wohl. Das ist unschwer zu erkennen. Die Umsetzung der Buchprojekte überzeugen durch klar strukturierte Layouts. Details und Veredelungen werden gezielt eingebracht und runden den Gesamteindruck aufwertend ab.



Maren arbeitet im Van, oder davor, vielleicht mal im Coworking-Space, irgendwo. Sie verkörpert einen Gegenpol zu den ausladenden Grafikstudios und Agenturen. Kreative sind speziell und brauchen alle einen individuellen Rahmen für ihr Schaffen. Nötig scheint aber nichts davon zu sein. Was es braucht, ist eine fachliche Kompetenz und das Geschick, alle technischen und zeitlich gegebenen Möglichkeiten für sich auszuschöpfen. Maren zeigt uns wie es geht. Das mit dem Beruf und dem Einklang.



ABSPANN

Buchgestaltung
„ABSPANN“
855 Gesichter der
Lindenstrasse
Maren Schwitalla



Bilder © Maren Schwitalla



www.marenschwitalla.com
www.instagram.com/marenschwitalla
www.roadandboard.com

»ROAD & BOARD

„Bei ROAD & BOARD geht es nicht nur um individuelles Reisen, Sport und Abenteuer, sondern auch um die Möglichkeit, mit kleinen Mitteln Großes zu schaffen und hin und wieder aus dem Alltagstrott auszusteigen. Es ist ein Lebensgefühl – vom Hashtag „Vanlife“ inspiriert und von der Idee, auch andere dazu zu inspirieren, die Welt mit anderen Augen zu sehen.“

Maren und Christian



Maren und Christian © Steven Mahner

Die Werkstatt zum Magazin

So zogen wir los

Seht her! Unsere Druckpool-Box! Sie hat unglaublich viel Spaß gemacht und war zudem ein voller Erfolg. Aber bis dahin war es ein langer Weg und das kann man in diesem Zusammenhang tatsächlich wörtlich nehmen! Aber von Anfang an!

Die Ausstattung unserer Werkstatt beschränkte sich anfangs auf einen Maschinenpark, wie man ihn in vielen kleinen Druckereien findet. Es gab eine Off-set-Druckmaschine, bei uns eine GTOF aus den 80er Jahren, einen kleinen Heidelberger Tiegel aus den 70ern und den Heidelberger Zylinder, ebenfalls aus den 70ern. Für die Weiterverarbeitung standen zwei Planschneider von Polar „im Raum“, die ebenfalls nach Effizienz- und Produktivitätsmaßstäben der 70er Jahre entwickelt wurden. Zudem einige kleinere Apparaturen, die in den letzten Jahrzehnten in Vergessenheit geraten sind.

Mit unserer Werkstatt wollten wir von Anfang an tolle Dinge aus Papier machen, inspiriert vom Geist der traditionellen, handwerklichen Produktion, dem unmittelbaren Zusammenspiel aus kleinteiliger Vorbereitung, mühsamen Produktionsschritten bis hin zum Ergebnis, welches wir mit kindhafter Freude kaum erwarten konnten. Das Produkt stand zwar immer im Vordergrund, der Weg dahin jedoch ist und bleibt die Leidenschaft!

Das alles mag pathetisch klingen, aber es ist nicht mehr und nicht weniger als die Freude am Handwerk. Das Produkt steht von Anfang an im Mittelpunkt, sei der Weg dahin auch noch so mühselig.



Zurück zu unserer Ausstattung und dem, was wir machen wollen. Die oben beschriebene Ausstattung reicht zum Abarbeiten herkömmlicher Jobs, wie perforieren von Flyern, stanzen von Mappen. Eben das, was eine konventionelle Druckerei in den letzten 20 – 30 Jahren als „täglich Brot“ abzuarbeiten hatte. Aber um Farbe und Folie in Papier zu pressen, eindrucksvolle Dinge aus Papier zu produzieren, fehlte uns altes Equipment.

So zogen wir los!

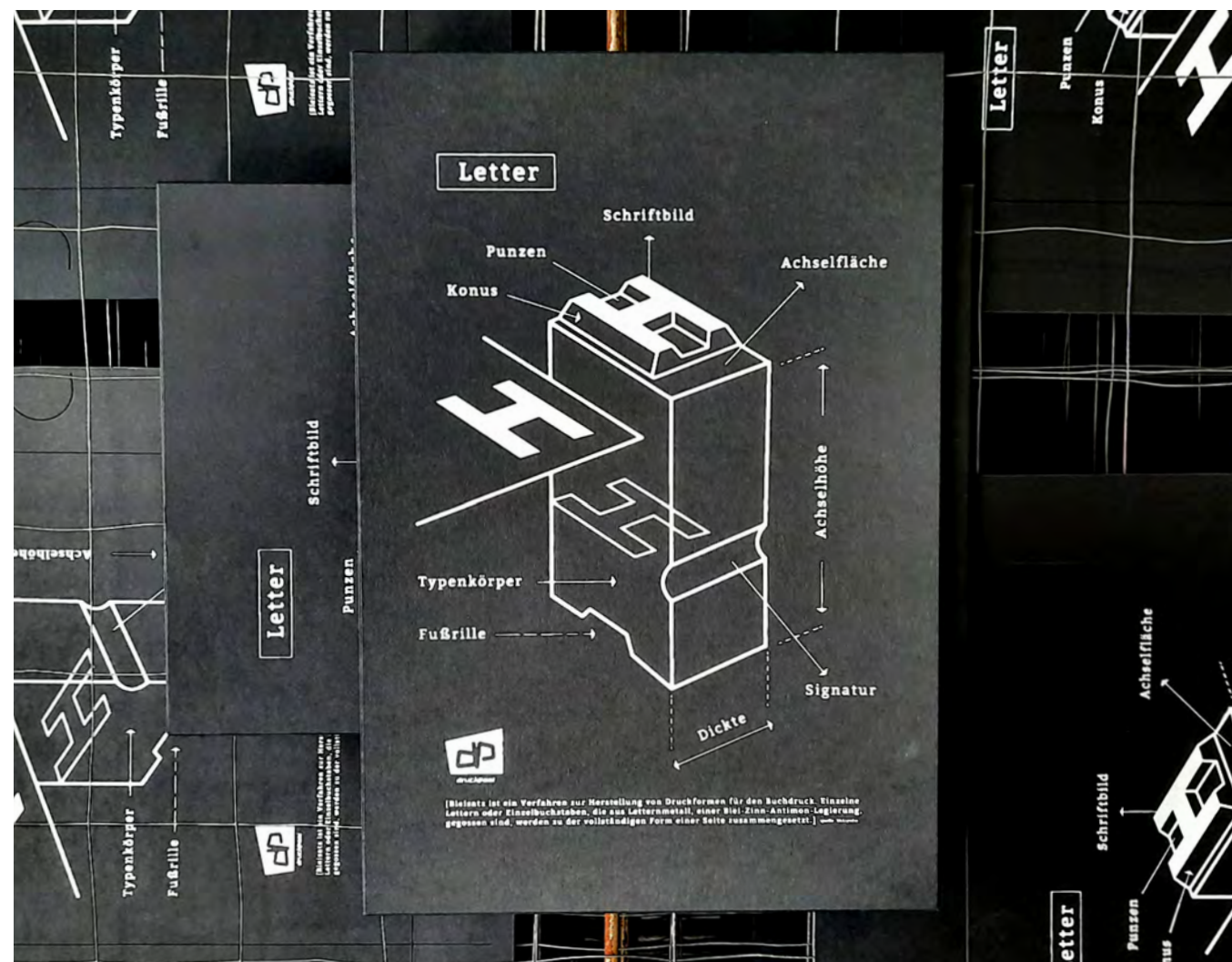
Wir wollten unbedingt einen Heißfolientiegel! Eigentlich einen großen GT... Aber der Markt ist ein Arschloch! Wir fanden einen am Niederrhein, einen kleinen A4... mit Heizplatte, Spannpratzen und allem was dazu gehört. Hin und gekauft! Mittlerweile ist er unsere „dutch windmill“, weil alle Hinweis-Plaketten auf holländisch sind...

Zudem unverzichtbar ist für uns eine Anleimmaschine, um Papiere aneinander zu kaschieren! Ein Modell der Marke Prakma. Gekauft von einem netten Herrn aus



www.schwarz-magazin.de
www.printers-kiosk.de





„Inspiriert vom Geist der traditionellen, handwerklichen Produktion“

Mönchengladbach, der gerade seine Buchbinderei aufgibt. Auf die Frage, warum wir das „olle Ding“ kaufen wollten, musste ich ihm entgegen, dass wir es brauchen. Das reichte ihm und er war zufrieden.

Spektakulär war die Reise zur polnischen Grenze. Wir wollten einen Eckenhefter, ein Gerät, was eben um die Ecke heften kann, um Stülpxboxen zu produzieren. Der Hobel passte geradeso in das Auto... Der Versuch, das nützliche mit dem Urlaub zu verbinden ging gehörig in die Hose. Es hat in einer Tour geregnet. Beziehun-

gen standen auf dem Spiel. Aber egal! Wir haben den Eckenhefter!

Und aufgebaut in Dortmund macht er richtig Laune! All die Maschinen bekamen von uns einen Platz in der Werkstatt, um zu funktionieren und um für viele weitere „WOW-Effekte“ zu sorgen.

Den ersten haben wir eindrucksvoll mit unserer Druckpool-Box und ihrem Inhalt erreicht. Ob die Box selbst, die fantastischen Hangtags oder das Shirt. Alles wurde in unserer Werkstatt in freudiger Handarbeit produziert und zusammengestellt. Schaut sie Euch an, ist sie nicht schön?!

Michael Borgers

PRINTER'S KIOSK

dp
druckpool

SWZ
MAGAZIN

schwarz magazin

MARCEL RICHARD

SOUNDS of SILENCE

DORTMUND IM LOCKDOWN

Ein multivisuellem Lagebericht der Kultur in Zeiten einer weltweiten Pandemie



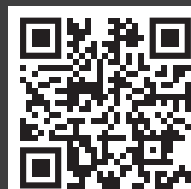
35€
INKL. 5€ SPENDE AN
GAST-HAUS STATT BANK
Wohnungslosen-Initiative in Dortmund

VÖ: 18.09.2021

Eine Reise durch den Sinuston der Dortmunder Kultur

18 Orte im Lockdown. Über 120 Seiten in feinsten Buchbinder-Qualität. Auf 500 Stück limitiert und handnummeriert. Inklusive Vinyl-Schallplatte.

Jetzt bestellen und
♥ Wunschnummer ♥ reservieren!
► schwarz-magazin.de/sos



YONIL

Der schmale Grat

YONIL — eigentlich Jonathan Lax — lebt und arbeitet in Tel-Aviv. Es ist nicht leicht, die Arbeiten und Projekte des Künstlers, Illustrators und Grafikgestalters genau einzuordnen, Beim Versuch sie in eine Schublade zu stecken sind schon viele gescheitert. Grund genug für uns hinter die Kulissen zu schauen und alle Schubladen aufzureißen.

Na gut, Schubladen in Israel aufzureißen ist aktuell etwas schwierig. Also unterhalten wir uns über eines der Videokonferenztools, in die wir uns über die letzten Monate so intensiv einarbeiten durften.

Praktisch ist es ja schon.
Israel im Schwarz-Hauptquartier.

YONIL fängt an von sich zu erzählen, beginnt ganz am Anfang. Für ihn beginnt es in London, wo es ihn schon früh hinzieht. Einige Monate lebt er dort, besucht in dieser kurzen Zeit fast über 100 Musik-Gigs. Er kauft viel Bandmerch, Poster, Alben – die Gestaltung fasziniert ihn. Eigentlich schon immer. *“Ich dachte: Das ist so cool!”* blickt er heute auf diese Zeit zurück. Er wollte Schlagzeug spielen, lernte dann aber doch Gitarre. Sein Lampenfieber steht ihm jedoch im Weg, aber so ganz aufgeben wollte YONIL nicht. *“Ich wollte mich in diese Welt einbringen, aber nicht irgendwie, sondern auf eine Art von der ich dachte dass ich sie gut konnte. Ich wollte schon immer Teil davon sein, aber über das musikalische war da nichts zu reißen. Also bin ich durch die Hintertür rein.”*



Bild: © Amnon Horesh



Das Hamelaha Siebdruck Studio © YONIL

Bilder: © YONIL



So studierte YONIL Visuelle Kommunikation, und führte sich im Alleingang selbst an die Illustration heran, brachte sich vieles selbst bei. Bis heute ist es ein stetiger Prozess. Dennoch, was YONIL annimmt, was er anfasst und illustriert, das trägt seine Handschrift. Eine faszinierende Qualität, zumal er unfassbar experimentierfreudig ist. Seine Projekte sind, wie er selbst erzählt, stilistisch oft Welten auseinander. Als Illustrator und Grafikgestalter spielt er häufig mit der Gewichtung — mal inkorporiert er mehr Design in seine Arbeiten, mal ist er illustrativer. Er ist froh, sich so auf jedes einzelne Projekt einlassen zu können.

Wir sind neugierig, wollen wissen wie er damit umgeht. *“Klar hab ich gezeichnet, in meinen Skizzenbüchern, aber ich hatte nie das Gefühl meine Zeichnungen auf Papier finalisieren zu können. So habe ich viel gescannt. Immer wieder. Und dann Zeichnungen aufeinandergelegt und die dann erneut eingescannt, ein bisschen wie eine Collage.”* Heute finden sich in seinen Skizzenbüchern eher To-Do Listen, doch an eine Strategie für seine Kunst ist trotzdem nicht zu denken. *“Das ist auch gut so. Ich erlaube mir die Freiheit nicht einen einzelnen, bestimmten Stil zu verfolgen.”*

Also vermischt er, springt hin und her zwischen Illustration, Kunst und Design und ist so ein sehr vielschichtiger und vielseitiger...Gestalter? Illustrator? Ja was ist er denn nun eigentlich? YONIL zögert nur kurz.

„Ich nenne es Kunst. Vieles was ich tue beginnt mit einer Emotion. Ich arbeite sehr intuitiv. Ist das nicht Kunst?“

Für ihn ist es logisch so. *“Design ist ja auch irgendwie Kunst die einfach funktional ist. Das ist ein schmaler Grat.”* Und auf diesem schmalen Grat schlägt YONIL Salto, experimentiert und erfindet. Illustriert Katzen im Weltall, gestaltet Wandgemälde, zeichnet freche Früchtchen. Mal sind es Collagen, mal Comics. Shirts, Patches, Poster, Zines, eben alles was man so anfasen, anziehen, anstecken und durchblättern kann. *“Ich*



Bilder: © YONIL

The Citrus Quartet
ist eine limitierte
Siebdruck-Serie.
Seite 49: Aone Atwo, C-Sharp,
Seite 50: Hefty, High Notes.

Der Siebdruck scheint YONIL ins Fleisch gewachsen zu sein...

mochte es schon immer gern, wenn etwas was ich gestaltet hatte dann vor mir lag. Ich mag diesen Prozess.“ Lange Zeit aber gibt er seine Kunst in Auftrag, doch ihm fehlte das Anfassen, das mittendrin sein, das dreckig werden. Mittlerweile druckt YONIL also viel analog. Vor allem der Siebdruck hat es ihm angetan. Schon als Student hat er viel mit der Technik gearbeitet, heute konzipiert YONIL seine Kunst oftmals von Grund auf als Ebenen. Ob auf seinem Wacom Cintiq oder mit sich überlappenden, überlagernden Papieren auf dem Scanner — der Siebdruck, die Farben und die Technik scheinen ihm ins Fleisch gewachsen zu sein. Das Spiel mit den Farben fasziniert ihn einfach.

Als vor zwei Jahren das Siebdruck-Studio Hamelaha in seine Nachbarschaft zog, führte sein Weg ihn immer häufiger dort hin. Die Zeit die er im Studio verbringt

genießt er in vollen Zügen. “Es macht immer Spaß. Ich muss aus meinem eigenen Studio raus, kann experimentieren. Oft bin ich dann den ganzen Tag da. Es ist ein bisschen wie ein Wandertag!” schwärmt er. Nun druckt er viele seiner Arbeiten selbst, mal im Siebdruck, mal mit dem Risographen. “Es ist dreckig und bleibt ständig hängen. Aber das ist das Schöne daran.” fasst er knapp zusammen, bevor die Internet-Verbindung abbricht.

Und wir bleiben zurück. Begeistert. Denn auch ganz ohne Musik, ohne Band, ohne Gigs und Konzerte trifft YONIL mit seinem Merch voll ins Schwarze.

Thank you YONIL!

www.yonil.com
www.instagram.com/yonil



Sabine Reister

SELECTION
BY IGEPA

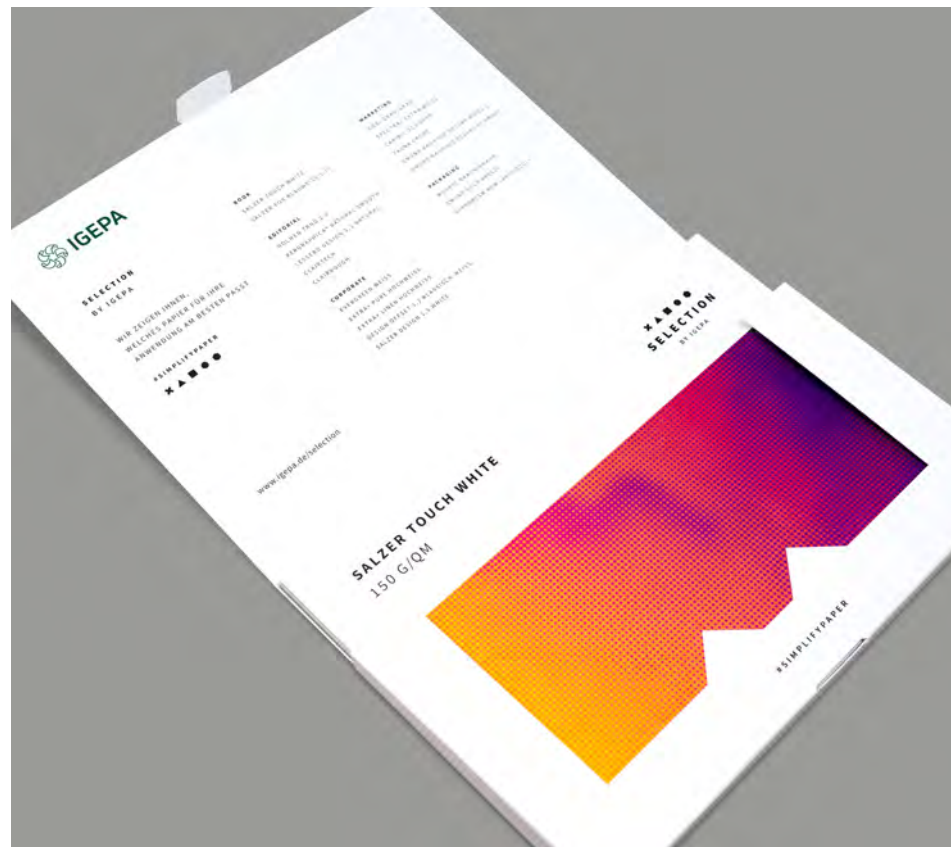


Unser Selection Team der IGEPA hat sich eine Metapher gewählt, mit der wir besser verstehen, wie Menschen durch Emotion und Ästhetik zu begeistern sind: Francesco ist unser aller Lieblingsrestaurant. Italienische Küche, die immer etwas Besonderes bietet, denn Spaghetti können wir schließlich selbst kochen. Was gefällt uns so gut bei diesem freundlichen Restaurant um die Ecke, obwohl es dort deutlich teurer ist als am heimischen Herd? »Ich habe heute etwas ganz Frisches für Dich! Du magst doch Fisch?«. Was für eine Beratung: Für Dich! Frisch! Wir Menschen suchen immer nach etwas Neuem, etwas Anderem. Wir suchen nach Erlebnissen.

5 R's für Kreative - eine persönliche Checkliste, wie Zukunft gelingt

1. Resonanz

PIXEL MEETS PRINT. Wir Kreative treten nicht an, weil wir Virtuosen der digitalen Layouts und Technik-Freaks sind. Unsere Kundinnen und Kunden erwarten von uns schlichtweg den „Dish of the day“. Etwas, was genau zu dieser Zeit zu ihrem Unternehmen und zu ihrem persönlichen Ziel passt. Sie buchen uns Designerinnen und Designer, weil sie etwas Einzigartiges, Herausragendes wollen. Sie rufen bei uns an, weil wir in Bilder fassen können, was sie erzählen wollen. Doch wie finden wir



IGEPA-Selection © Formatdesign



Kreative wichtige Inspirationsquellen, wie begeistern wir uns selbst? In unseren Expertentalks gehen wir genau diesem Thema auf den Grund und fragen in die Runde: Wie gelingt eigentlich Zukunft? Florian Pfeffer, One/one Bremen und grüner Politiker, sagt: „Als Designer kann man ja – ähnlich wie in der Politik – nicht nur das Sichtbare, sondern auch das Unsichtbare dahinter gestalten. Darüber hinaus bin ich immer auf genau das neugierig, von dem ich keine Ahnung habe – dann ist auch das Verknüpfen von Spezialisten gefragt.“ Ob Sie sich dabei als MULTITALENT ODER SPEZIALIST begreifen, ist nicht so entscheidend – sich vernetzen, gemeinsam agieren, darauf kommt es an. Und auch darauf, Resonanzen zu suchen: „Wir gehen sehr problemorientiert an Aufträge heran – so wird aus einem vom Kunden zunächst angedachten Buch vielleicht doch eher eine Installation oder ein Event.“ Wandelfähigkeit kommt dazu, meint Friederike Pfeffer, die mit Florian in Bremen und Amsterdam agiert.

2. Reaktion

»Unser Verlag lebt von offenen Türen und losen Strukturen, die Kreativität und Spontaneität zulassen. Corona zwang uns, alles neu zu organisieren«, erzählt Karin Schmidt-Friderichs vom Hermann Schmidt Verlag im Talk „Begeisterung, Bildung, Bücher“. Vielleicht ist

das „neue Normal“ nach Corona tatsächlich ein Schritt in die richtige Richtung. Viel zu oft bieten wir unseren Kundinnen und Kunden Auswahlmöglichkeiten. Dabei ist es doch wichtig, Orientierung zu schaffen. Wir Kreative wissen schließlich am besten, wie die richtigen Medien aussehen müssen, was die richtige Stimmung schafft und wie Touchpoints zum Mitmachen anregen. Kein Kleid ohne Fall, kein Kaffee ohne Duft, kein Abend ohne besondere Beleuchtung – kein Unternehmen ohne das richtige Material, das seine Werte verkörpert. Wenn wir etwas begreifen, dann war es beeindruckend und selbst die deutsche Sprache bittet: lasst es uns schwarz auf weiß haben!

3. Relation

„Das Design gefällt mir, aber kann ich das mal in Rot sehen?“ Nein! Wir bieten mit unserem Papiervorschlag und dem passenden Design doch nichts auf dem Tauschmarkt an. Wir legen wie Francesco den weißen Fisch in ein grünes Bett und machen rosa Pfeffer darüber. Auch die übergroße Pfeffermühle oder der Wein, der nicht korkt (er hatte eh einen Schraubverschluss) gehört zur Design-Performance. Wir wissen doch, was dem Gegenüber am besten schmeckt. Wir machen es so, dass er die beste Version seiner selbst ist. HABEN SIE VORBILDER? Das kann durchaus hilfreich

sein, denn die meisten guten Kreativen folgen einem Konzept, einem besonderen Modell, Design anzugehen. Diese muss man nicht imitieren, aber sie bieten viel Inspiration. Wo kommen Ihnen die besten Ideen? „Beweglich bleiben, im Fluss der Ideen“, sagt dazu Rafael Bernardo, Designer aus München.

4. Resumee

Es gefällt Kundinnen und Kunden, wenn man nach dem Gespräch ein Fazit zieht, ein Resumee. Das Wort kommt ursprünglich aus dem Rechnungswesen. Es steckt die Summe darin, einen Strich ziehen. Ein Block und ein Stift gehören unbedingt in jedes Briefinggespräch. Gern auch das digitale Notebook. Für das Gegenüber ist es eine Wertschätzung, wenn Gesprächspunkte notiert werden und Designerinnen und Designer können zudem schnell einmal etwas aufscribbeln, sichtbar machen. Dan Roam schildert das in seinem Buch „Auf der Serviette erklärt“ sehr anschaulich: Die Politik hat die Steuererklärung auf dem Bierdeckel bisher nicht geschafft. Designerinnen und Designer haben das längst erlernt und geübt – in kurzen Strichen das Ziel oder Ergebnis eines Gesprächs



IGEPA-Simplify © Formatdesign

zu fixieren. Es schafft Vertrauen, wenn wir richtig zuhören können. Bei unseren Events halten wir ebenfalls fest, was wir dokumentieren wollen. Wir machen das zusammen mit unserer Redakteurin Bettina Schulz und der Illustratorin Antje Dennewitz mit ihren Graphic Recordings. So wird aus völlig unterschiedlichen Perspektiven veranschaulicht, WIE ZUKUNFT GELINGT!



IGEPA-Simplify © Formatdesign



IGEPA-Simplify © Formatdesign

Sabine Reister, Dipl. Designerin (FH) ist Produktmanagerin für Design- und Feinstpapiere bei der IGEPA Group. Sie hat in Stuttgart und Pforzheim Design studiert und ist Dozentin für Innovationsmanagement. Bei der IGEPA Group verantwortet sie neben den schönen Papieren auch Vertriebs-schulungen, schreibt Artikel und hält Vorträge. Sie engagiert sich in Sachen Nachhaltigkeit und Papier: im Herbst erscheint das Webseminar „Globale Umweltziele und Design“. mit großem Spass gibt sie Seminare rund ums Thema Papier und Wirkung.

Simplify Mag
Googeln Sie mal Haptik! Viele der Beschreibungen treffen es sicher gut, aber Haptik muss man tatsächlich in den Händen halten. Deshalb haben wir uns ein SIMPLIFY Mag geschaffen. Und Sie können daran mitwirken: Reichen Sie gerne unter selection@igepagroup.com Ihre Projekte auf unseren Sorten ein, und wir kümmern uns darum, dass diese einen Platz finden.



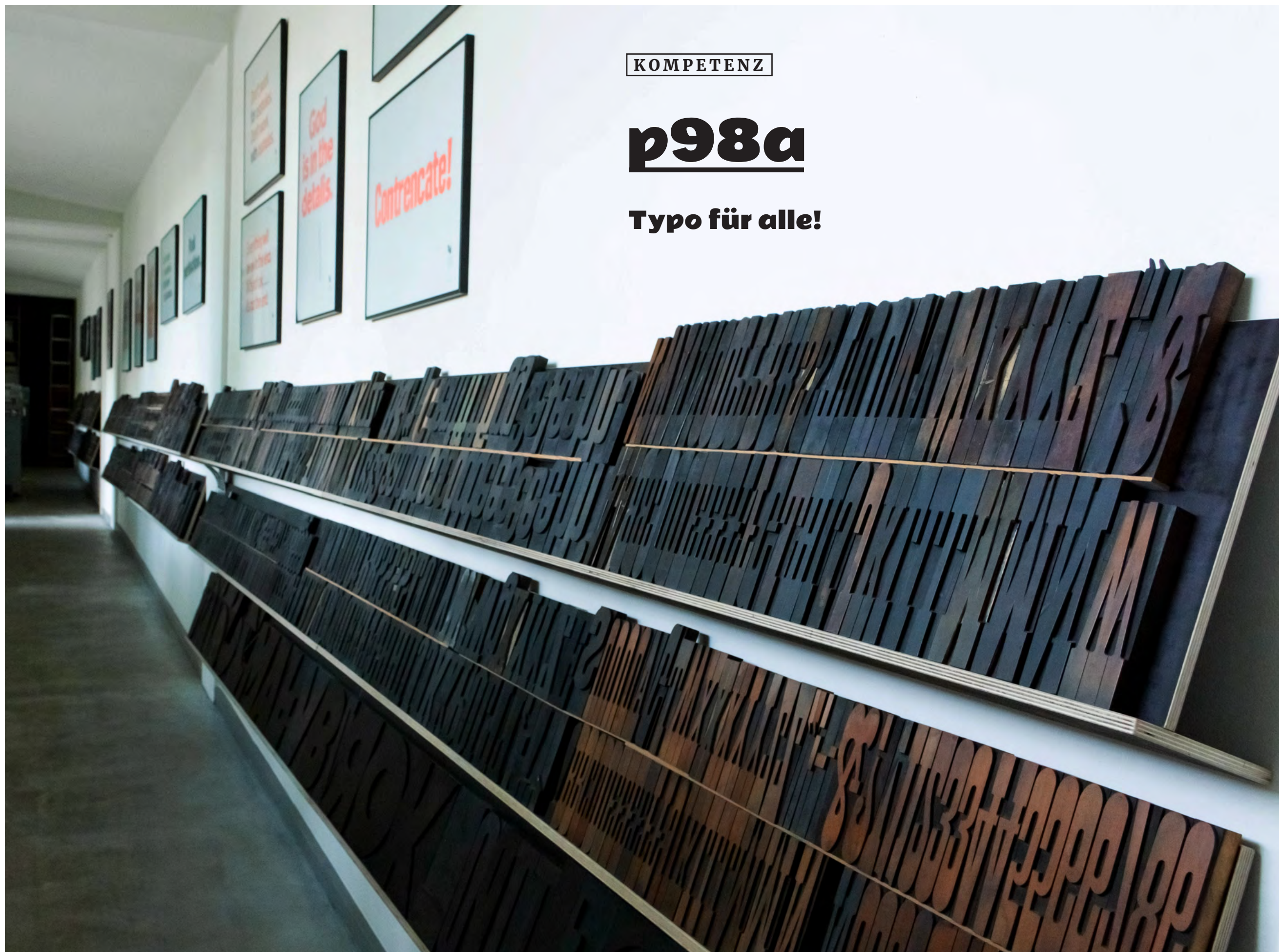
VIVA CON AGUA
SANKT PAULI



WASSER
IST LEBEN!

Hier wird gerade ein Brunnen gebohrt – denn Viva con Agua setzt sich dafür ein, dass alle Menschen Zugang zu sauberem Trinkwasser haben. Als Fördermitglied unterstützt du uns dabei – langfristig, jederzeit kündbar und ab 5 Euro im Monat.

Mehr Infos unter
vivaconagua.org/mitgliedschaft



KOMPETENZ

p98a

Typo für alle!

„Man kann hier halt anfassen und dadurch dann begreifen.“



p98a – Erik Spiekermann, Helene Bunge, Lilith Zachwieja

„Die Hauptsache ist, dass es sowas gibt“, verlautet Erik Spiekermann, mit einem Affogato in der Hand. Es ist ein heißes Wochenende in Berlin, und das Schwarz Magazin ist bei p98a zu Besuch. Das Letterpress Studio ist ein Kind der Leidenschaft, entstanden aus Eriks nimmersatter Lust am analogen drucken. Mittlerweile ist das Studio ein Umschlagplatz, für alles Drucktechnische, experimentellen Umgang mit Letterpress und Letter-Herstellung, und natürlich auch für guten Kaffee. Über zwei Tage hinweg reden wir mit Lilith, Helene und natürlich auch Erik über das Studio, durchlöchern sie mit Fragen und dürfen am Ende sogar selbst Hand anlegen.

Mal vorweg genommen, das Studio ist eine Welt für sich. An den Wänden hängt eine Vielzahl der eigenen Drucke, Poster, Postkarten. Mehrere Korrex-Pressen reihen sich feinsäuberlich in dem hohen Raum. Alles ist umrahmt von Setzkästen, große Schriften lehnen entspannt an der Wand, man kann die Typografie fast einatmen. In dem alten Gebäude spürt man die Leidenschaft und Kreativität.

Als wir das erste Mal eintreten hantiert Helene gerade an einer Korrex. Sie wurden vom Studio gekauft, hier aufbereitet und repariert, und soll nun verkauft werden. Warum? Platzmangel, erzählt uns Erik dann beim Mittagessen. Immer mal wieder gäbe es Angebote von alten Druckereien, da sei es einfach schwer Nein zu sagen. Aber auch grundsätzlich, einfach Nein sagen, das passt auch irgendwie nicht zu p98a. Schon von Anfang an nicht. Als das Studio gegründet wurde – eigentlich nur als Raum für Eriks analoges Hobby – teilte es sich die Räumlichkeiten noch mit einer weiteren Firma. Recht bald aber stand das Studio allein vor der Miete, mitten in Berlin ist das kein Kinkerlitz-



Magazin Showroom im analog © p98a



chen. Aber aufgeben ist nicht drin. Der Schlachtplan: jeden Monat ein Typo-Poster gestalten, in limitierter Auflage drucken. Wenn 100 Stück davon verkauft werden, ist die Miete drin. Klingt einfach logisch. Ist es auch. Nur einfach ist es eben nicht. „Es läuft einem ja nicht immer jeden Monat der passende Spruch über den Weg“ erzählt uns Lilith. Trotz aller Ehrlichkeit und Offenheit, man nimmt es ihr fast nicht ab. Denn in Pantone Day Glo erstrahlen auf den Plakaten und Postkarten des Studios unzählige geistreiche, witzige Kommentare, die klare Kante zeigen. Die Typografie ist stark. Nicht nur in der Umsetzung, sondern auch im Einfallsreichtum. Better done than perfect – und einige Male versucht uns hier der Computer zu überlisten, die rot gestrichelte Linie unübersehbar – überzeugt einfach. Ganz einfach. Reduziert um einen einzelnen Buchstaben ist der Druck selbst das beste Beispiel.

„Better done than perfect“

Aber die Drucke sind nicht nur originell, sie sind auch am Puls der Zeit. Die Pandemie hat vor p98a natürlich keinen Halt gemacht, die Workshops die das Studio mittlerweile tragen sind kaum noch möglich. Wieder ist einfach Nein sagen keine Option. Und es wird gemacht, was das Studio am Besten kann: Es wird gedruckt. Poster und Postkarten, die zum Durchhalten und Solidarisch bleiben auffordern. Und p98a übersteht diese harte Zeit, bis jetzt. Die Freude auf den ersten Workshop seit Beginn der Pandemie ist groß. Postkarten sollen gedruckt werden. Und wir sind eingeladen. Für Lilith sind die Workshops ein wertvoller Beitrag des Studios, auch wenn nur ein Bruchteil des Handwerks in dieser komprimierten Zeit vermittelt werden kann. „Aber ich glaube, dass das trotzdem toll ist, das so weitergeben zu können. Damit das eben bewahrt wird. Und nicht nur im Museum angeschaut wird, und keiner versteht es dann. Man kann hier halt anfassen und dadurch dann begreifen.“

Bevor wir aber an dem Workshop teilnehmen dürfen wir noch in aller Ruhe das Studio durchstöbern. Und wir bekommen schnell das Gefühl, dass hier nicht nur Letterpress gelehrt wird, nicht nur Wissen weitergegeben wird. Hier gedeiht noch das „alte“ Handwerk, das Setzen und Drucken. Das liegt natürlich auch daran, dass hier nicht nur gedruckt, sondern auch experimentiert wird. Mit alternativen Formen um Schriften herzustellen. Was fehlt, kann hier nachgebaut werden. Wie zum Beispiel ein Hashtag, aus Holz, im dem haus-eigenen Lasercutter geschnitten. Oder Buchstaben aus Polymer. Oder aus Plastik, aus dem 3D-Drucker. Viele dieser Methoden sind zwar praktisch, auf Grund ihrer Materialität nicht wirklich lukrativ. Ganze Schrift-schnitte herzustellen ist also noch nicht drin. Dennoch, diese Versuche, auch Materialien zu kombinieren, sind wichtig und wegweisend für den Letterpress der Zukunft. Denn Blei, Holz und Plakatur sind schon lange nicht mehr das Nonplusultra, obwohl sie das allerbeste Druckergebnis liefern.

Auch das Schwarz-Team durfte an einem Workshop teilnehmen, und unsere eigenen „Alles Porno“ Postkarten drucken.

Klar, hier wird die Leidenschaft fürs Drucken geteilt und gelebt. Aber es wird auch konserviert. p98a ist Teil des Projektes „Die Sichtbarmachung des Sichtbaren – Berlins typografisches Kulturerbe im Open Access“, durch welches das kulturelle Erbe der Schrift digital erfasst werden soll. „Deshalb werden von uns ca. 120 Schriften angedruckt, von winzig kleiner Bleischrift bis hoch zu 40 Cicero. Wir drucken das gesamte Alphabet, jeden Buchstaben.“ Diese Arbeit ist wichtig, soll sie doch als freier Datensatz einsehbar sein. Typografie für alle. Ein Grundsatz des Studios, erklärt uns Lillith, der eben besonders durch die Workshops gelebt werden könne. „Das find ich tatsächlich mit das coolste was wir hier so machen, dass wir Workshops anbieten, für alle einfach. Hier könnte ja jeder einfach vorbeikommen und einen Tag lang drucken, und das hier erleben.“

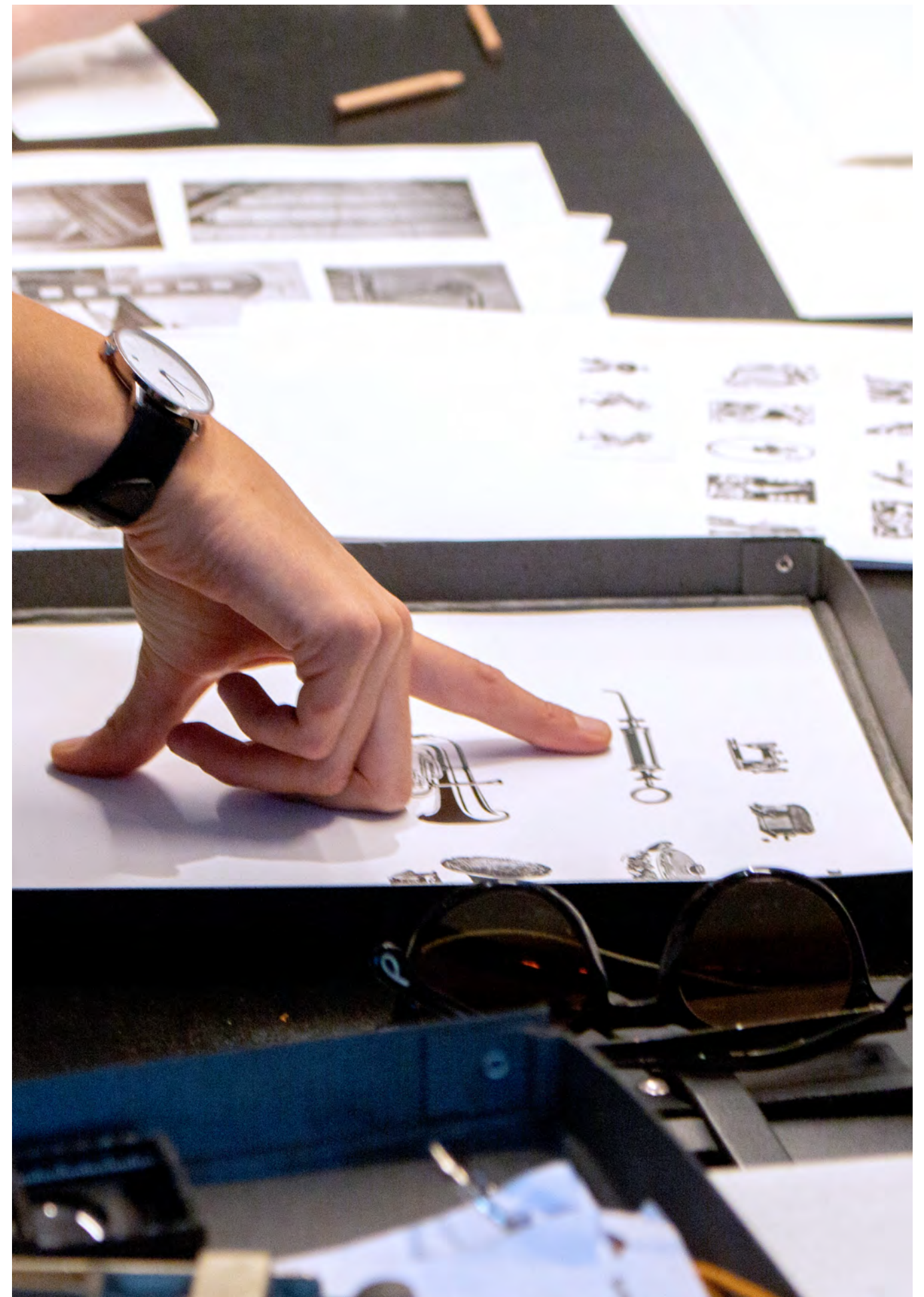
Eine letzte Frage haben wir noch. Was reizt dich so am analogen? Na, das analoge natürlich! sagt Erik, ohne groß einen Gedanken zu verschwenden. Wir stimmen ihm zu, was sonst soll es denn auch sein?!

Nach zwei Tagen Berlin sind wir dankbar. Dankbar, an alle die uns mit offenen Armen empfangen haben. Die uns Obszönes haben drucken lassen. Und die ihre Zeit und ihre Leidenschaft mit uns geteilt haben. Und wir müssen Erik dann doch noch einmal widersprechen. Klar, das analoge. Aber vor allem die Menschen. Die das Handwerk leben lassen.



Eine der größten Freuden des Studios ist es die Leidenschaft für Letterpress zu teilen. Deshalb bietet p98a Workshops an. Postkarten, Poster und Visitenkarten können dort selbst gestaltet und gedruckt werden, hier ist alles möglich.

**Alle Infos dazu findet ihr unter:
www.p98a.com/workshops**





analog © p98a

analog

Shop, Showroom und guter Kaffee...



analog © p98a

Endlich wieder, und frisch neu eröffnet, findet sich vor der Werkstatt der Laden analog.

Der Shop des Druckstudios p98a ist eine gekannte Mischung aus Showroom, Shop und, wie auch anders zu erwarten, gutem Kaffee. Gefüllt mit allen Dingen Design, Fotografie, und eben allem analogen, lässt sich hier leicht die Pandemie vergessen. Wer also nach dem Workshop sich seiner neu gewonnenen Liebe zu Letterpress – und das ist fast Garantie hier – ergeben möchte, wird hier sicherlich fündig. Aber auch ganz ohne Workshop ist ein Besuch bei *analog* lohnenswert. Es riecht nach Kaffee. Poster und Postkarten mit den klassisch-geistreichen Sprüchen des Studios lehnen, hängen und stapeln sich in dem luftigen Raum. Von kleinem bis ganz großem Budget ist hier alles dabei. Ganz getrost kann man behaupten, hier ist für jeden was dabei. Und sei es nur Inspiration. Denn die gibts hier natürlich gratis dazu.

www.p98a.com

www.instagram.com/p98a

Wir geben Wissen weiter.



Ziel des 2013 gegründeten ›Vereins für die Schwarze Kunst e.V.‹ ist es das handwerkliche Können und die traditionellen Berufe des Schriftgießers, Schriftsetzers und Buchdruckers zu bewahren, zu fördern und die Weitervermittlung an nachfolgende Generationen zu unterstützen.

Mit der ›Walz‹ wurde ein ambitioniertes Projekt gestartet, das zum Teil über Stipendien Interessierten die Möglichkeit bietet, sich zwei Monate an mindestens drei Ausbildungsorten intensiv mit Bleisatz und Buchdruck auseinanderzusetzen. Aktuell beteiligen sich über ein Dutzend Werkstätten im In- und Ausland.



Der Verein für die Schwarze Kunst e.V. verleiht erstmalig 2022 und dann jährlich Preise für herausragende Abschlussarbeiten (Bachelor, Master, Promotion), die sich theoretisch, anwendungsorientiert oder künstlerisch mit den Themengebieten Schriftguß, Bleisatz, Bleisatzschriften oder Buchdruck beschäftigen. Die Studienrichtung ist offen. Der 1. Preis ist mit 500 Euro, die zweiten und dritten Preise mit einem Anerkennungsschreiben dotiert.

Verein für die Schwarze Kunst e.V.

Alle notwendigen Angaben zu den Stipendien und dem Schwarze-Kunst-Preis sind auf der Webseite des Vereins veröffentlicht.
www.verein-fuer-die-schwarze-kunst.de

PORTRAIT

Archiv der Jugendkulturen



ZWISCHEN KUNST, PUNK & IRGENDWAS



Das Archiv empfängt uns an einem brüllend heißen Sommertag mit einer kühlen Umarmung. Es ist Nachmittag, im Archiv dämmert es schon. Die Atmosphäre beruhigt, erinnert an eine Bibliothek. Doch was hier so friedlich schlummert findet sich in keinen noch so gut sortierten Beständen. Denn der kulturelle Wert der Hinterlassenschaften von Jugend- und Subkulturen wird oft verkannt. Hier im Archiv jedoch finden sie einen Ort unter Artgenossen. In den vielen Regalen liegen hier, vorsichtig archiviert, Zeitschriften und Fanzines aber auch Plakate, Artworks, Flyer aus Jugend-/Sub-/Clubkulturellen Zusammenhängen. Von Punk bis Queer, es wird hier gesammelt und so für die Nachwelt bewahrt.

Wir sprechen mit Daniel Schneider, Projektleiter des „Pop- und Subkulturarchiv International“, lassen uns von ihm durch das Archiv führen. In den vielen Reihen des Archivs liegen und stehen unzählig viele graue Kisten. Punk, Fußball, Linke Szene, Techno, Metal... ein Urwald der Jugend- und Subkulturen. Doch wir lernen schnell, so einfach in die Schublade – oder die graue Kiste – stecken, das geht nicht. „Das alles wehrt sich total.“ erklärt uns Daniel. Die anarchische Natur von Zines, ihre Abneigung gegenüber Ordnung in jeglichem Sinne – sei es die Nummerierung der Hefte, Regelmäßigkeit in der Erscheinung, feste Formate oder gar feste Namen – all das stehe dem üblichen archivieren gegen über. Vor allem Zines seien oft nicht ein-

„Das alles wehrt sich total.“

mal einem Genre zuordbar. „Auch wenn hier viele Zines tendenziell Punk sind, sind sie nicht klar zu definieren. Sie oszillieren zwischen Bibliotheks-, Archiv- und Museums-gut, einige wenige haben einen Unikats-Charakter. Und das kann dann alles Mögliche sein.“

Dass das so gemeint war, merken wir spätestens als Daniel eine rote Rolle hervorholt. Sie mutet ein wenig einer zu klein geratenen Klorolle an, entpuppt sich beim Entrollen jedoch als 16. Ausgabe des Fanzines Willkürakt. Thematisch nicht ganz klar zu definieren – irgendwo zwischen Musik und Berufswahl-Hilfe – erstreckt sich das Zine auf ganze 7,2 Meter. Rückwärts lesen lernen gibt es gratis dazu. Müsste man die rote Klorolle einordnen, dann käme sie wohl aus der Kunst-Punk-Irgendwas-Szene, befindet Daniel.

Mit ruhiger Hand werden noch viele weitere Zines und Heftchen aus ihrem Schönheitsschlaf geholt. Von fast schweizerischem Minimalismus bis schmutte-lig ist hier alles dabei, dennoch, jedes Heftchen, jedes Objekt, frönt seiner Daseinsberechtigung. Diese un-glaubliche Vielfalt haut uns von den Socken. Lässt uns schlagartig vergessen was wir jemals über Zines ge-glaubt hatten zu wissen. Alles auf Null. Wir erahnen ein schwaches Lächeln unter Daniels Maske, und er erklärt bereitwillig: „Wir haben uns recht viel im Rah-men von verschiedenen Projekten damit beschäftigt was Zines eigentlich für ein Medium sind. Und da hat sich herauskristallisiert, dass Zines eigentlich ein Medium der Bricolage sind, also zusammengesetzt aus allen möglichen Medien. Zum einen inhaltlich und auch tatsächlich in der Zusammensetzung, also Material und Format.“ Nicht mehr und nicht weniger.

Wir wollen mehr über die Arbeit des Archivs erfahren, durchlöchern Daniel förmlich mit Fragen. So erklärt er uns, dass die Entstehung des Archivs einer logischen Konsequenz folgte.



Willkürakt, Ausgabe 16
Thematisch nicht ganz
klar zu definieren —
irgendwo zwischen Musik
und Berufswahl-Hilfe .

„Es gab keine andere Einrichtung. Kein Interesse sowas zu sammeln. Der Verein wurde also gegründet, um einen Ort zu schaffen. Um zu sammeln was sonst keiner sammelt. Aber, es wird nicht nur gesammelt. Bis heute haben wir eine Bildungsabteilung, wollen über Jugendkultur aufklä-ren.“ Der Bildungsauftrag entstand in einer Zeit in der diese Kulturen oft verkannt und abgestempelt wurden. Skinheads sind Nazis. Graffiti sind Sachbeschädi-gungen. Ist klar. Das sei heute anders, Anerkennung käme von allen Seiten. Dennoch sind manche Wege, auf denen die Objekte ins Archiv gelangen, nicht im-mer geradlinig. In einigen Fällen muss die Anonymität der Spender*innen besonders geschützt werden. Viel Material beschaffen die Mitarbeiter*innen des Archivs jedoch selbst. „Wir, also zumindest ein Teil der Mitarbei-ter*innen, sind Teil von Szenen, sind als Archiv auch in Szenezusammenhängen wie Zinefesten präsent, schlep-



„Um zu sammeln was sonst keiner sammelt...“

pen selbst Material aus den subkulturellen Kontexten an, in denen wir uns bewegen, ohne das gäbe es das Archiv gar nicht.“ Die Zusammenarbeit aller Mitwirkenden, aller Sachspender*Innen, und natürlich die Mitarbei-ter*innen des Archivs, bildet so den Nährboden des Archivs.

Doch bei aller Zusammenarbeit, auch das Archiv ist von Projektförderung abhängig, muss sich immer wie-der aufs Neue bewerben und ist oft auf Spenden und Mitgliedsbeiträge angewiesen. Je nach Förderung kann der Bedarf mal mehr, mal weniger abgedeckt werden.

Und die Unterstützung des Archivs lohnt sich alle mal. Denn wenn wir hier nur eines gelernt haben, dann ist es der unschätzbare Wert des Abseits sein. Sich für seine Interessen einsetzen, sich engagieren. Anti sein, und so auch für etwas stehen. Sich positionieren. Und das kann man mit keinem Geld kaufen.

Archiv der Jugendkulturen e.V.

Die Präsenzbibliothek des Archivs steht allen interes-sierten Personen offen und kann nach Absprache be-sucht werden.

Archiv der Jugendkulturen e.V.

Fidicinstraße 3 | Haus B

10965 Berlin

www.jugendkulturen.de

www.instagram.com/archiv_der_jugendkulturen

Das Archiv der Jugendkulturen e.V. freut sich über jede Unterstützung:

www.betterplace.org/de/projects/4563-unterstuetze-das-archiv-der-jugendkulturen

**KOLUMNE**

**Moment- und Meinungsaufnahmen
zu Kunst, Kultur und Konzepten –
Wie immer reine Ansichtssache!**

PERFEKTIONISMUS- WIE VIEL DARF'S DENN SEIN?

So lange kein größerer Schaden entsteht, darf unser Schaffen ruhig unvollkommen sein.

Patzer, Schnitzer, Missgeschicke, Pannen...wie und was auch immer...sind menschlich, sympathisch und teilweise sogar recht amüsant. Eine gewisse Gelassenheit nimmt uns den Zwang Fehler zu vermeiden, nimmt uns unnötigen Stress und Angst.

Fehler – welch schreckliches Wort – sollten nicht vom Wesentlichen ablenken und uns zur Zielscheibe werden lassen!

Doch auch das ist wieder so ein gesellschaftliches Ding und ein Fehler kann – je nachdem wer uns gegenübersteht – zu unterschiedlichsten Reaktionen führen. In der Psychologie unterscheidet man im Rahmen des Ocean-Modells (Openness, Conscientiousness, Extraversion, Agreeableness, Neuroticism) fünf Persönlichkeitsmerkmale:

- Offenheit (Weltoffenheit, Aufgeschlossenheit)
- Gewissenhaftigkeit (Perfektionismus)
- Extraversion (Geselligkeit)
- Verträglichkeit (Empathie, Kooperationsbereitschaft, Rücksichtnahme)
- Neurotizismus (emotionale Instabilität, Verletzlichkeit)

Ich bin mir sicher, dass ihr alle sofort diese Persönlichkeitsmerkmale mit Personen aus eurem persönlichen Umfeld in Verbindung bringt, oder aber auch aus eurem beruflichen Alltag (Kolleg*innen, Geschäftspartner*innen, Auftraggeber*innen, Wettbewerber, Kundinnen und Kunden). Und ihr wisst genau wie diese Personen mit euren „Fehlern“ umgehen würden.

Worauf ich hinaus will?

Gradmesser für euren Erfolg oder Misserfolg ist nicht nur eure Arbeit, sondern auch der Typ Mensch, der sich damit befasst, wie viel Gewicht sein Wort hat und wie viele ihm folgen.

Aber sich deswegen verrückt machen lassen? „Nö.“

Ihr könnt euch verbiegen und versuchen es jedem recht zu machen. Besser wäre es authentisch zu bleiben. Bleibt unbeeindruckt und lasst euch Spielraum für eure eigene Unvollkommenheit. Dies wird sich positiv auf eure Kreativität und Arbeit auswirken.

Oder glaubt ihr ernsthaft, dass irgendjemand erkennt wie viel Detailverliebtheit ihr in eure Arbeit gesteckt habt? Leider wieder ein „nö“.

Was diese neu gewonnene Leichtigkeit allerdings nicht sein darf ist ein Freifahrtschein, denn das kann nur in die Hose gehen! Euer persönlicher Anspruch sollte es weiterhin sein sorgfältig zu arbeiten, gewissenhaft, verantwortungsbewusst und vor allem wertschätzend zu bleiben.

Katja – Team Schwarz

www.schwarz-magazin.de/kolumnen
kolumne@schwarz-magazin.de

#3

**ERSCHEINT IM
NOVEMBER 2021!**

Impressum

Verlag

Verlag für Zielgruppeninformationen GmbH & Co. KG
(abgekürzt VFZ-Verlag)

Geschäftsführer: Stefan Lauer, Carsten Gritzan
Hengsener Str. 8a · 44309 Dortmund

Telefon: + 49 (0) 231 – 92 50 55 51
E-Mail: hallo@schwarz-magazin.de
www.schwarz-magazin.de

Register / Ort: Handwerkskammer Dortmund
Registernummer: Amtsgericht Dortmund HRA 11940
Industrie- und Handelskammer Dortmund
Ust-IdNr.: DE 124900757

Chefredaktion ViSdPR

Carsten Gritzan: gritzan@der-vfz.de

Redaktion

Michael Borgers: michael@schwarz-magazin.de
Becky Mount: becky.mount@schwarz-magazin.de

Anzeigenredaktion

gritzan@der-vfz.de

Grafik & Layout

der kiosk dortmund
www.kiosk.dortmund.de

Cover-Illustration: Brian Storm

Druck

Lensing Druck GmbH & Co. KG

Papier

Gedruckt auf Lessebo Design Smooth Bright,
120 gsm
Geliefert von Freytag & Petersen GmbH & Co. KG/
Igepa Group



LESSEBO PAPER

Lessebo ist das klimafreundlichste Papier der Welt.

Aboservice / Vertrieb

DWS Direktwerbe-Service GmbH
Hengsener Str. 8a · 44309 Dortmund
schwarz@direktwerbe-service.de

Mitarbeit an dieser Ausgabe

Andreas Wörmann
Martina Engert

Magazin Einzelpreis: € 9,50
Magazin Jahresabo: € 35,50
(Alle Preise inkl. MwSt.)

Das Schwarz Magazin erscheint alle drei Monate.

ISSN: 2748-0380



Verlag für
Zielgruppeninformationen
GmbH & Co. KG

schwarz
MAGAZIN

SELECTION
BY IGEPA



LESSEBO DESIGN® IST TEIL
DER IGEPA SELECTION
#SIMPLIFYPAPER



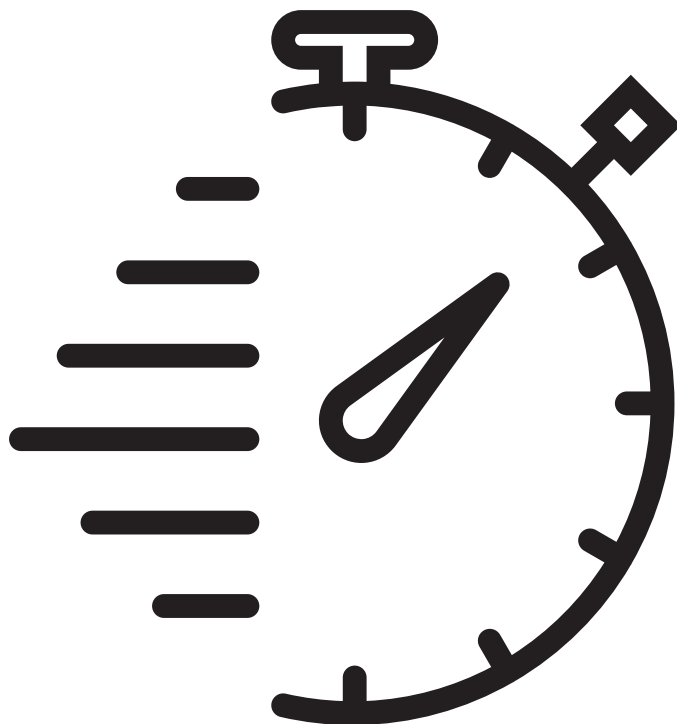
DAS GRÖSSTE KINO- UND KONZERTFESTIVAL EUROPAS

FILMNAECHTE.DE



FILM NÄCHTE

BERATUNG. KREATIVITÄT. DRUCK. VERANTWORTUNG.



WEIL ES UM IHRE ZEIT GEHT!

www.lensingdruck.de

Ihre Zeit ist das Wertvollste, was Sie haben. Dienstleister, die Ihnen davon immer noch mehr klauen, gibt es genug. Das machen wir anders – grundlegend. Unsere Struktur ist in jedem Winkel von Lensing Druck so aufgebaut, dass wir Zeit sparen. Uns und Ihnen! Dabei tragen wir eine Verantwortung gegenüber Mitarbeitern, Dienstleistern, der Gesellschaft und der Umwelt. Die soziale und ökonomische Verantwortung wird bei uns in allen Bereichen gelebt.



LENSINGDRUCK

Lensing Druck GmbH & Co. KG
Feldbachacker 16 · 44149 Dortmund
Tel.: +49 231 9059 2000 · info@lensingdruck.de

