

03 - 2021

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

schwarz

MAGAZIN FÜR INNOVATION & RISIKO

*Macht
Die
Kreativen*

NEU!

DESIGN,
INSPIRATION,
PRINT.





THE PLANET'S FAVOURITE BEER



BREWDOG IST CO₂ NEGATIV.
MEHR DAZU HIER:
WWW.BREWDOG.DE



@BREWDOGDEUTSCHLAND

EDITORIAL

Die Macht der Kreativen!

Liebe Leserinnen und Leser,

nie waren die Möglichkeiten gute Ideen und Projekte zu verwirklichen so vielfältig, so einfach umzusetzen und so leicht zu verbreiten, wie in diesen Zeiten. Dazu braucht es keine Hilfe von Experten. Wer hartnäckig seine Ziele verfolgt und ausgefeilte Strategien entwickelt, bei dem wird sich über kurz oder lang ein Erfolg einstellen.

Der Haken dabei ist, dass nicht alle Kreativen auch Entertainer*innen sind. Wer einen Hang zur Selbstdarstellung hat, durch Persönlichkeit ein erweitertes Netzwerk begeistern kann und den Mut hat, jenseits der Arbeit Dinge preiszugeben, sich in verwandten Bereichen zu engagieren, hat es um Längen leichter. Die Qualität wird nicht mehr am technischen Know How in den Disziplinen bewertet. Die Präsentation, die Kreativität, das Gesamtwerk aus Arbeit, Persönlichkeit und Überzeugungskraft wird zum Maß. Auch für Kunden. Diese Kriterien wurden noch in näherer Vergangenheit lediglich den Künstler*innen zugeschrieben. Es gilt aufzufallen.

Doch die neue Melange aus Professionalität und Zirkus kommt nicht bei jedem gut an.

Die Kreativen haben nun die Macht ihrer Berufsbezeichnung die Ehre zu erweisen. Und sie tun dies auch. Sie übernehmen Strukturen, die sich aus eigener Kraft

nicht neu erfinden können, wollen, oder nicht den Mut dazu haben. Oder damit beschäftigt sind, sich gegenseitig die Tränen aus dem Gesicht zu lecken. Jetzt ist alles möglich. Von der Konzeption bis zur Realisation. Bezahlbare Produktionen, Kooperationen und profitierende Sponsoren, bieten einen Pool an Kreativität, welcher unlängst an der Oberflächlichkeit brodelte.

Es sind spannende Entwicklungen, die eine fast schon kultische Wertschätzung der alten Künste, des Handwerks aufzeigt. Eine Entwicklung, die die alten Regeln und Gesetze feiert, um sie mit Furore zu brechen. Das Alte wird gepflegt, um es in vielen Facetten neu erfinden zu können. Und um zu entschleunigen, zu reduzieren. Denn Gestaltung hat wieder einen Wert. Und dieser Wert braucht Zeit.

Alle Macht den Kreativen,

Carsten Gritzan



Carsten Gritzan, Chefredakteur

In dieser Ausgabe

#3



6

Josie Majetic
Von Marmor und Maggi



12

Ivar Leon Menger
Weil es um die Geschichte geht...



18

Chris Chandler
Musik hören sehen



24

Julietta Weimer
Kleine Fußstapfen
im fremden Leben



67

Nullnummer
Große kleine Kinderschuhe



30

**Verein für
die Schwarze Kunst**
Von der Liste gestrichen



58

Sebastian Mook
Vom Schüler lernen



35

**NEVER MIND THE
KIOSK FESTIVAL**
Journal



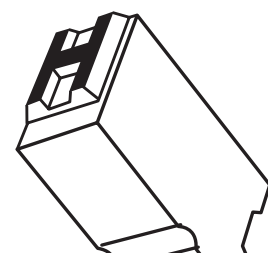
52

Frank Höhne
Ein bisschen
Könnerschaft



64

Sabine Reister
Wer bin ich und wenn ja, wieviele



schwarz magazin

Impressum

70

Kolumne

69

Editorial

3

PORTRAIT

Josie Majetic

Von Marmor und Maggi

Josie ist freie Grafikerin aus Bremen. Standard. Denkste! Denn Josie hat einem uralten Handwerk wieder frische Bremer Seeluft eingehaucht. Sie marmoriert Papier, eine von einer Handvoll deutscher Handwerker*innen die das tun. Ihre knalligen Muster finden überall Anklang, selbst Schuhboxen für Umbro hat sie bereits marmoriert. Josie ist gefragt. Und ihre Fanbase? In Kalifornien natürlich!

Über einen Wettbewerb rutscht Josie in die Selbstständigkeit. So arbeitet sie schon während des Studiums für verschiedene Agenturen, unter anderem aber auch

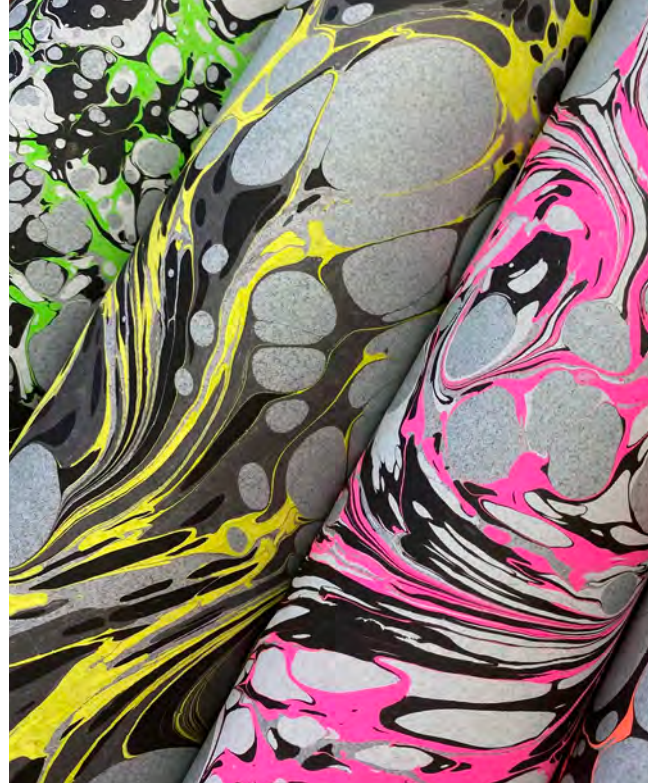


Bild: © Josie Majetic

für die Hochschule für Künste Bremen. Dort experimentiert sie viel, bestellt unzählige Papiermuster, entwickelt Falttechniken für Flyer, und betreut nebenbei die Siebdruck-Werkstatt der Hochschule für Künste Bremen. Diese Arbeit mit den Händen bereitet ihr schon damals viel Spaß, da träumt sie schon von ihrer eigenen Siebdruck-Werkstatt. Sie druckt viele eigene Arbeiten, unterstützt als Tutorin aber auch viele studentische Projekte. „Man sitzt nicht nur am Monitor. Man arbeitet eben mit den Händen, und lässt dabei etwas entstehen. Das fand ich schon immer sehr spannend.“

Sie blickt für uns zurück auf diese Zeit, befindet dass damals „ganz anders mit Printmedien umgegangen ist. Es gab ganz viele tolle Dinge, die man immer mitnehmen konnte. Wenn man sich heute umschaute, findet man kaum noch einen schön gestalteten Flyer. Es hat sich alles irgendwie verändert, ist mehr in die digitale Welt gewandert.“ Trotzdem, oder vielleicht gerade deswegen wendet sich Josie immer mehr dem Papier zu. Vor 3 Jahren beginnt sie dann, Papier zu marmorieren, langsam tastet sie sich heran. „Tatsächlich saß ich dann irgendwann zuhause, mit diesen nach Lösungsmittel riechenden Farben aus dem Bastelladen, und habe am Wohnzimmertisch in einer Auflaufform aus Glas kleine A5 Karten marmoriert. Und es hat fürchterlich gestunken. Die Ergebnisse waren nicht recht zufriedenstellend. Und da dachte

schwarz magazin



Bild: © Daniela Buchholz



Bild: © Daniela Buchholz

Bild: © Daniela Buchholz

ich mir, das muss doch auch anders gehen.“ Dass es Jahre dauern würde, die Technik des Marmorierens zu perfektionieren, wusste sie an diesem Zeitpunkt natürlich noch nicht. Denn die Einzelheiten des Handwerks sind ein fast so gut gehütetes Geheimnis wie das Rezept von Maggi. Denn keiner sagt was wirklich drin ist.

„Es ist tatsächlich so, dass keiner so recht sagen möchte wie es funktioniert. Jetzt weiß ich natürlich, wie aufwändig und auch kostenintensiv es ist, wenn man mit diesem Handwerk beginnt. Man muss sich systematisch durch sämtliche Papiersorten und Farben probieren. Wann hält die Farbe auf was, und wann nicht?“ Jede erdenkliche Einwirkung auf den Prozess muss kennengelernt und gemeistert werden. Vom Andicken des Wassers bis hin zur Raumtemperatur und Luftfeuchtigkeit. Das nimmt Zeit in Anspruch, erfordert viel Geduld. So beginnt Josie zu recherchieren und zu experimentieren. Lösungsmittel will sie nicht benutzen, Fertigfarben sowieso nicht, nachhaltig soll das Papier sein, auch das gesamte Produkt. Also kämpft sie sich eisern durch. Testet Farben, und Techniken. Es dauert bis Josie ihren ganz eigenen, individuellen Prozess schafft. Bis sie ihr Handwerk meistert.

„Für mich ist das wirklich eine Kunstform, etwas ganz besonderes, und auch ein Handwerk. Und das hab ich für mich entwickelt und erarbeitet. Ich will mich damit selbst verwirklichen.“

Nun kreiert sie in ihrer eigenen Werkstatt Muster, verwebt Formen und Farben miteinander, schafft mit jedem Blatt Papier Unikate. Ihre frischen Farben stehen im Kontrast zu dem historischen, im Vergleich sehr unaufgeregten Marmorpapier. Aus den bunten Papieren entstehen jetzt Kalender, Notizbücher und Bullet Journals. Alle ihre Produkte sind durchdacht, vom Umschlag zum Papier der Buchblöcke, nichts ist unüberlegt. Das Papier ist weich, Kugelschreiber, Füller, Tintenstriche gleiten leicht über die Oberfläche. Die Qualität ist ungemein wichtig, dafür sucht Josie lange nach dem richtigen Papier, bindet Teile ihrer Bücher selbst. In jedem Arbeitsschritt spürt man Josie und ihre eigenen Ansprüche, auf die eine



Bild: © Josie Majetic

oder andere Art. Das wird geschätzt, natürlich, nicht nur hier in Deutschland. Vor allem in den USA, besonders in Kalifornien, finden sich viele Hand Marbled Papers Liebhaber*innen. So hat das Papier Marmorieren für Josie eine neue Welt geöffnet. Nicht nur dadurch, dass sie von ihrem Monitor zeitweise Abschied nehmen kann, sondern auch durch die vielen Verbindungen, die sich innerhalb dieser Sphären ergeben haben. „Es ist total schön. Man merkt, dass diese Kunstform auch verbindet, über Kontinente hinaus.“ Nicht nur zu anderen Künstlern, auch Interdisziplinär. Dieser Austausch, so schwierig er manchmal sein mag bei den

vielen Geheimzutaten, ist ungemein wichtig. Er stärkt das Handwerk und die Menschen dahinter, lässt Neues entstehen, über Grenzen hinweg. So wird es gelebt, dieses Verständnis, das so wie Farben und Formen miteinander verwebt werden können, auch Disziplinen miteinander verbindet.

Und Josie liebt und lebt diese Verständnis, dieses Handwerk. Klar, die Bewegung, aktiv zu sein, sich ausleben zu können, ganz außerhalb des Computer-Alltages. Aber sie erzählt, dass das Handwerk sie an die Hand nimmt, sie sich weiterentwickeln lässt, ihre

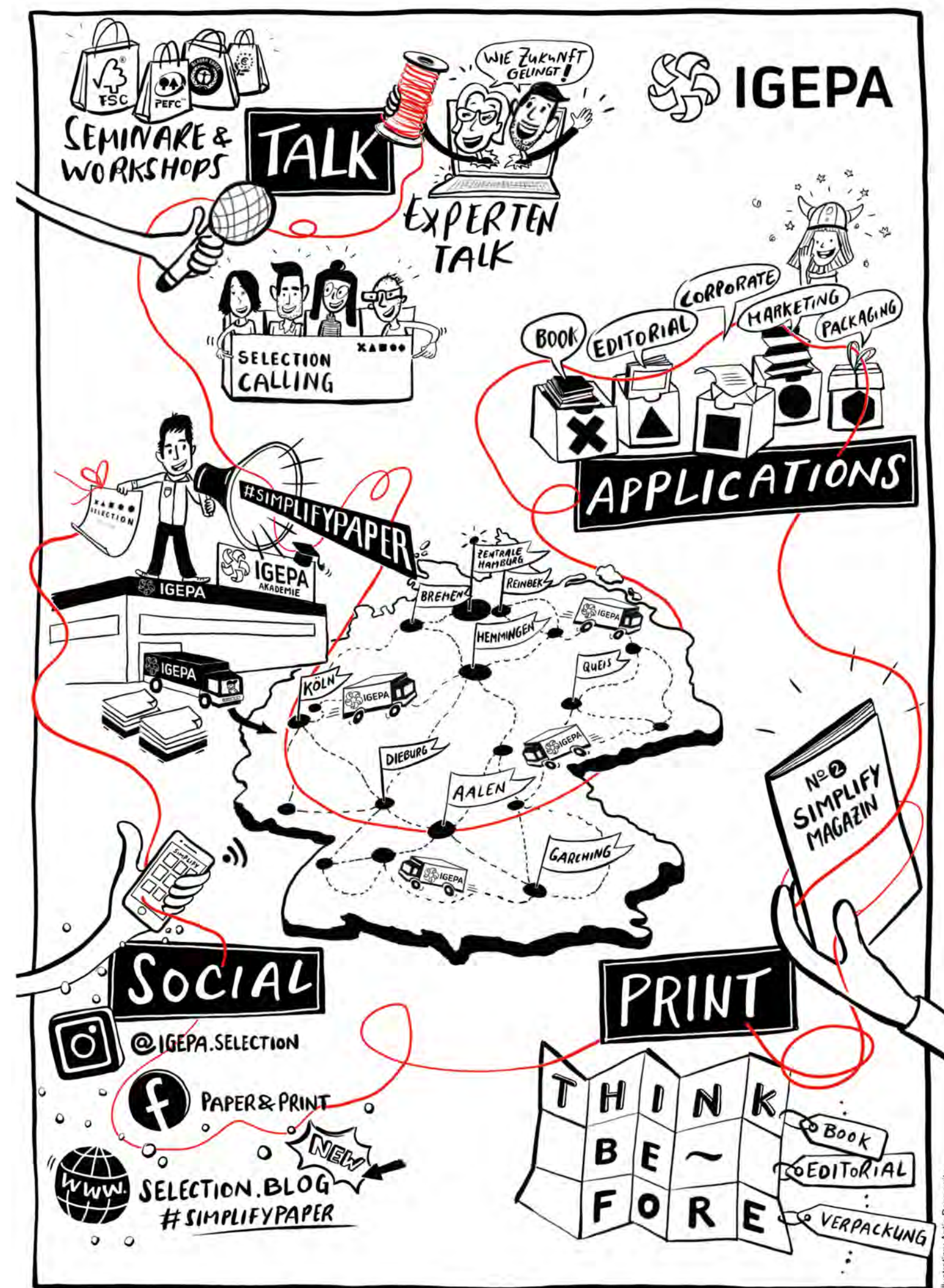
eigene Bildsprache entstehen lässt. Diese Gestaltungsprozesse will sie mitnehmen, in andere Disziplinen, sie in andere Projekte einfließen lassen. Und für Josie bedeutet das konkret die Erfüllung ihres Ur-Traumes – Siebdruck. Und dann die Verbindung der beiden Handwerke. Logisch.

handmarbledpapers.com

instagram.com/handmarbledpapers



Bild: © Daniela Buchholz



PORTRAIT

Ivar Leon Menger

Bild: © Noutki.co

Weil es um die Geschichte geht...

Interviews mit Kreativen zu führen, die einem mit ihren Werken seit Jahren die Freizeit versüßen und deren Schaffen stets ein privates, hohes Interesse weckt, haben einen besonderen Reiz. Den Reiz, diesen Zustand nach Möglichkeit auch nach dem Interview beizubehalten. Nun kann getrost vorweggenommen werden, dass dies der Fall ist. Mindestens.

Ivar Leon Menger ist Designer, Hörspielautor, Regisseur, Fotograf und Schriftsteller.

Ein beachtliches Portfolio. Wie sich alle Disziplinen durch ihre Schnittmengen schlussendlich zu einer überzeugenden Kreativ-Bombe entwickeln, erfahren wir in einem ausführlichen Gespräch mit dem Multitalent.

Doch vielleicht ist es nicht unwichtig, vorab weit zurückzublicken. Wie so oft wachsen schon in der Kindheit die kreativen Wurzeln. Durch alltägliche Einflüsse im familiären Umfeld zum Beispiel. Die viele Zeit, die Ivar als Kind und Jugendlicher fasziniert im Grafikstudio seines Vaters verbringt, zeigt später Wirkung. *“Es war so klar, dass ich auch Grafikdesign studiere.”* Ein klassischer Kurs, der einem grafischen Haushalt entspringt. Doch die kreativen Interessen entwickeln schon früh eine Vielschichtigkeit, die Ivar bis heute beibehalten hat. Noch während des Studiums entstehen die ersten Projekte mit dem Medium Film. Er dreht Werbespots und übernimmt die Regieassistentz für Musikvideos. *“Schnell habe ich Blut geleckt und mir war klar, dass ich zum Film muss.”*

Der Film

“Bild hatte ich ja nun gelernt, aber schreiben konnte ich meines Erachtens noch nicht. Um dies zu ändern, bekam ich die Möglichkeit, in einer Frankfurter Agentur als Werbetexter zu arbeiten. Ich habe gelernt Dialoge zu schreiben

und war viel in Tonstudios unterwegs. Da war natürlich noch nicht daran zu denken, selber Hörspiele zu machen. Erst rückblickend machen die Punkte Sinn.” In dieser Zeit schreibt Ivar sein erstes Drehbuch zu dem Kurzfilm *“Geteiltes Leid”*. Das Werk sollte sich als Fundament zu seinem Wunschmedium entwickeln. Der Film wurde auf Kurzfilmfestivals präsentiert und wird im Rahmenprogramm der Berlinale 2002 mit dem Lost High-Tapes Award als „Bester Kurzfilm Deutschlands“ ausgezeichnet.

Die technische Entwicklung spielt dabei keine unwesentliche Rolle. Die DVD kommt auf den Markt und löst die Videokassette ab. Plötzlich ist eine Menge Platz auf dem Medium. Ivar ruft alle Verleihfirmen an und schlägt vor, den Kurzfilm als Zusatzmaterial auf eine Veröffentlichung zu packen. Die Firmen sind irritiert, das war nicht üblich. Ivars Hartnäckigkeit hat schließlich Erfolg. Sein Film schafft es als Bonusmaterial auf die DVD des Films *“The Cell”* von Tarsem Singh. Der Regisseur, zu dieser Zeit ist Tarsem Singh einer der angesagtesten Werbefilmer, ist von Ivars Film begeistert und erteilt persönlich die Freigabe aus Hollywood. Nun überschlagen sich die Ereignisse. Die DVD schafft es auf Platz Eins der Verleih-Charts. Geteiltes Leid erlangt dadurch eine enorme Reichweite. Auch die Agentur Jung von Matt aus Hamburg wird auf den Film aufmerksam und engagiert Ivar für den Dreh von Werbespots. Alles richtig gemacht also.

Ivar will eigene Filme machen. Beflügelt vom Erfolg seines Films, kündigt er schließlich den Job in der Agentur, setzt alles auf eine Karte und arbeitet um das Nötigste zu verdienen, in einer Videothek. *“Das waren fünf harte Jahre, weil ich unbedingt zum Film wollte. Alle vier Monate kam vielleicht ein Auftrag für einen Werbespot, der mich vielleicht zwei Monate über Wasser gehalten hat.”* Währenddessen entsteht sein

Kurzfilm *“Tramper”*. Auch dieser Film wird auf Kurzfilmfestivals gezeigt und ausgezeichnet. Für den Film wird Ivar der Newcomer-Regie-Award des privaten TV-Senders ProSieben verliehen. Dies beinhaltet auch ein Regie-Engagement für einen 20.15 Uhr-Film bei ProSieben. Das Ziel scheint erreicht, Ivar ist beim Film angekommen. Jetzt kann nichts mehr schief gehen. Ein Spielfilm zur Primetime bei einem der angesagtesten Sender im Land. Die Vorbereitungen sind fast abgeschlossen und die Schauspieler*innen sind gebucht. Unter anderem Bjarne Mädel, der seine erste große Filmrolle bekommen hätte. Genau. Hätte. Zwei Wochen vor Produktionsbeginn gibt es einen unüberwindbaren Streit zwischen der Produktionsfirma und ProSieben. Das Projekt war gestorben. Verständlicherweise ist der Frust groß. *“Fünf Jahre sind sehr lang, wenn Du kein Geld verdienst und das Telefon nicht klingelt. Es gilt um jeden Preis nicht aufzugeben. Das kann ich nur jedem empfehlen, der versucht Fuß zu fassen. So einfach es klingt, ist das natürlich das Schwierigste an allem. Du hörst ja nicht auf*

wegen deiner Leidenschaft. Die erlischt nie. Die Umstände sind ausschlaggebend. Du nimmst viel in Kauf, wenn du für deine Idee brennst. Solange du keine Familie hast, kannst du alles machen.”

So entstehen weitere Drehbücher zu Filmen. Ivar reizt die Idee, einen Episodenfilm zu realisieren. *“Der Prinzessin”* entsteht.

Das Hörspiel

Mittlerweile in Berlin ansässig, teilt sich Ivar mit dem Synchronsprecher und Schauspieler Jan-David Rönfeldt eine WG. Dieser schlägt ihm vor *“Der Prinzessin”* als Hörspiel umzusetzen. Ivar ist begeistert von der Idee, sieht er hier doch eine Möglichkeit, die Produzenten damit für sein Filmprojekt zu überzeugen. Das fertige Hörspiel schickt Ivar an die Produktionsfirmen. Und erhält ausschließlich Absagen. Aber ihm bleibt das Hörspiel. Dieses schickt er zu allen Labels und Hörver-



Bild: © Nouki.co



Bild: © Noutki.co

lagen. Und erhält auch hier nur Absagen. *“Jetzt wusste ich auch nicht mehr. Ich war ganz tief am Boden. Es hat einfach nichts geklappt.”*

Ein Tiefpunkt war erreicht. *“Ich habe jeden Preis gewonnen, aber nie Geld verdient. Preise sind schön, aber ich brauche ja auch was zu essen.”*

Es folgt, viel später, ein erlösender Anruf, der einen neuen, fast unfreiwilligen kreativen Weg bestimmt. Sony BMG fragt, auf Empfehlung von Jens Wawrczeck, Stimme von Peter Shaw bei den Drei Fragezeichen, ob Ivar Interesse an der Umsetzung von Drehbüchern für die neue Hörspielserie Die Dr3i hat. Natürlich hat er Interesse.

Ivar hat den Zufall provoziert. Durch ständiges Schaffen und die Umsetzung seiner Ideen, erreicht er Leute die sich bei Gelegenheit an die gute Arbeit erinnern. Wie in diesem Fall Jens Wawrczeck, der vorhergehend eine Sprecherrolle im Hörspiel “Der Prinzessin” übernommen hatte.

“Das Gefühl im Tonstudio, bei seiner eigenen Geschichte, mit den Kult-Sprechern der Drei Fragezeichen Regie zu führen, war besser als die Preisverleihung auf der Berlinale.”

Von nun an, macht Ivar sich nach und nach einen Namen als Hörspielautor. In den darauffolgenden Jahren entstehen regelrecht kultige Serien. Darkside Park, Monster 1983, Porterville, Ghostbox sind nur einige davon. Er manifestiert seinen Namen nun endgültig in dem Genre, in dem er sich wohl fühlt. Thriller, Suspense, Horror. Ivar erhält unzählige Auszeichnungen. “Ein Hörspiel von Ivar Leon Menger” wird zum Qualitätsstempel im Hörspiel-Geschäft. Für Publikum und Kritiker gleichermaßen.

“Mein Ansporn war und ist schon, dass ich irgendwann berühmt werde. Nicht wegen der Berühmtheit an sich, dem Ansehen, sondern damit ich die Möglichkeit habe meine Ideen umzusetzen.”

Das Buch

Viel dürfen wir in dieser Ausgabe leider noch nicht verraten. Ivar ist zum Schweigen verpflichtet. Wir dürfen jedoch verraten, dass sein erster Roman voraussichtlich im Herbst des nächsten Jahres bei dtv erscheinen wird. Wir gehen davon aus, dass Ivar seinem Wohlfühl-Genre treu bleibt. Oder wird er uns überraschen?

Erwähnenswert ist unbedingt der Entstehungsprozess. Ivar gründet mit seiner Frau und einem guten Freund einen WhatsApp-Schreib-Club, in dem sie ausmachen, über ein Jahr, jeden Tag, eine neue Seite ihres jeweiligen Romans zu teilen. Der selbst auferlegte Druck erfüllt seinen Zweck und motiviert. Gerade bei den ersten Gehversuchen, etwas Neues auf die Beine zu stellen, ist eine ehrliche Meinung aus dem engsten Familien- und Freundeskreis wichtig. Alles weitere scheint schon fast zu leicht. Über eine Agentur, wird das Manuskript an ausgewählte Verlage geschickt. In kürzester Zeit, melden sich fünf große Verlage und wollen Ivars Roman debüt verlegen.

Uns bleibt nur das Warten bis das Schweigen gebrochen werden darf.

Das Foto

Aus einer Gewohnheit wird eine Leidenschaft. Entstanden im Studio mit den Schauspieler*innen, mit Bekannten und mit Freund*innen. Intime Momente, die nicht aus der Motivation eines Shootings hervorgegangen sind. Sondern während der Arbeit oder nach der Arbeit, authentisch eben. *“Das macht so viel Spaß, daraus muss ich mehr machen.”* Das Projekt “Fanboy” entsteht. Dafür fotografiert Ivar die Leute von denen er selber Fan ist. Leute, die er schätzt. Wegen ihrer Arbeit und als Mensch.

Wieder fängt er in einem Bereich von ganz unten an. Baut Kontakte aus, fragt an und überzeugt. *“Immer wieder neu anfangen. Nicht satt sein. Das ist der Punkt.”* Enden soll das Projekt in einer Ausstellung. Mit allen Beteiligten, ein Familientreffen, wenn man so will.

Man müsste sich schon schwer täuschen, sollte dies nicht nur der Beginn einer neuen Schnittmenge sein.

Ivar wechselt gerne das Medium. Vielleicht nicht immer geplant. Über Design, Film und Hörspiel zum Buch. Und er stellt sich dabei immer überzeugend an. Weil es um seine Geschichten geht. Wie er die Leute damit erreicht, ist vorerst zweitrangig. Ivar passt sich an, um das geeignete Medium zu finden. Und das kann, wenn nötig, bei jeder Geschichte ein anderes sein.

ivarleonmenger.de
[instagram.com/ivarleonmenger/](https://www.instagram.com/ivarleonmenger/)

Der Fotograf



Bild: © Bastian Gruhne

Das ist Noutki, Fotograf aus Darmstadt mit großer Leidenschaft für Menschen. Neugierde, Intensität, Respekt, Empathie und daraus resultierende Nähe formen die Bilder. Fürs Schwarz Magazin hat er Ivar analog abgelichtet. 2020 Veröffentlichung des ersten Buches „Long time-no see“. 70 Portraits analog SW mit Texten. 2021 VÖ im SW Magazin SWAN, sowie diverse Ausstellungen. International als Werbefotograf tätig, vertreten durch MARLENE OHLSSON agency-Hamburg-Paris.



Bild: © Neu Haus Press

WERKSTATT

Chris Chandler

Neu Haus Press

Es ist schon spät, als wir uns mit Chris Chandler und Cassie Ferguson von Neu Haus Press verabreden. Zwischen Portland und Dortmund liegen 9 Stunden Zeitunterschied. Während ihr Tag gerade erst beginnt neigt sich der unsere schon lange dem Ende zu, und das Feierabend-Bier wartet ungeduldig im leise sum-menden Kühlschrank. Besonnen erzählt Chris uns von seinem Leben, seine unnachgiebige Ruhe strahlt

müheolos durch den Bildschirm durch. Er ist ein Amerikaner wie er im Buche steht, eben ein echter Self-Made-Man.

Hier in Deutschland kaum bekannt, hat sich Chris in den Staaten schon lange etabliert, seine Kunst, sein Umgang mit Farben, Formen und modularer Typogra-fie hat ihn zum Erfolg geleitet. Nichts davon ist über Nacht passiert, stattdessen baut Chris auf seine voran-gehende Karriere in der Musik-Branche, verwebt jah-relang Letterpress und Beats, kommt an seine künstle-

Musik hören sehen

rischen Grenzen und weit darüber hinaus. Erst vor vier Jahren dann wagt er den Sprung, wird selbstständig, er und seine Vandercook-Letterpress. Ein Vollzeit-Aben-teuer, wie er es nennt.

Um Chris' Kunst zu verstehen, muss man ganz vorne anfangen. Irgendwann in den Neunzigern. Chris ist Tour Manager der Band Modest Mouse, später dann für die *Flaming Lips*, Tontechniker und selbst auch Musiker, hat viel Zeit tourend, weltenbummelnd ver-bracht. Auf dem Hurricane in Deutschland hat Mo-dest Mouse schon gespielt, Chris ist inspiriert von der deutschen Musik, den harten Beats, bis heute. Irgend-wann dann wächst die Nachfrage nach Album-Covern, Postern. „Also hab ich einfach eine kleine Andruckpresse gekauft. Nun ja, wenn ich so drüber nachdenke war sie eigentlich ziemlich groß. Sie ist in meine Garage eingezo-gen, sie zu benutzen, mit ihr zu drucken und zu gestalten habe ich mir dann selbst beigebracht.“ Es überrascht uns nicht, denn Autodidaktik verfolgt uns in unseren Gesprächen wie die Motte das Licht. Und es klingt so leicht. Ein Autodidakt und seine Letterpress. Für Chris aber ist es ein Prozess, immer während, und immer wieder experimentierend, probierend. Langsam erst tastet sich Chris an die Kunst heran, die er heute ent-stehen lässt. Er beginnt mit Covern und Postern für seine eigene Band, druckt später Poster für Künst-ler*innen wie Billie Eilish, und tourt fast schon neben-her mit den *Flaming Lips* durch die Welt. Für Chris ist diese Zeit prägend. „All meine Arbeiten sind aus Musik entstanden, aus diesem Leben davor. Ich kenne mich in der Kunst nicht aus, Künstler bin ich auch nicht. Aber ich kenne die Musik. Und ich kann Beats nachahmen und dru-cken. Ich kann Fade Outs nachahmen. Ich kann die Musik nachahmen. Und das ist worauf meine Arbeit, meine Gestaltung aufbaut, diese musikalischen Bewegungen und meine Inspiration vom Reisen und Touren.“

Das ist, was ihn ausmacht. Musik und Letterpress wer-den eins, ein Druck, ein Poster. Ein kurzer Abstecher in die Welt der Auftragsarbeiten später,



Bild: © Neu Haus Press

und er entdeckt Alpha-Blox für sich, ein modularer Font, den Chris auf riesige 1,2 x 1,2 Meter Holzplatten repliziert. Installationen entstehen, massive Poster und Drucke, die er miteinander, übereinander, nebeneinander verknüpft und verwebt. So entdeckt und erfindet er den modularen Font neu, schier endlose Kombinationsmöglichkeiten entstehen. Zwei Jahre lang experimentiert und druckt er mit den Alpha-Blox, bis die Pandemie seine Kreativität zum Erliegen bringt.

neuhauspress.com

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

Ruhig, schon fast distanziert erzählt Chris vom Ringen mit seiner Kunst. „Ich war über die Alpha-Blox hinweg. Es war während der Pandemie, und ich war deprimiert und hatte wie viele andere Mühe,

Kunst zu machen und das alles zu verstehen. Ich wollte in dieser Zeit alles aufgeben und abschließen.“ Chris steht auf, wühlt kurz auf dem Tisch hinter sich herum und zieht einen Druck hervor. Ein Halbkreis, aus blauer Farbe, wiederholt gedruckt, verliert langsam aber sicher seine Opazität. „Dies wird als Ausblenden bezeichnet. So etwas würde ich im Audiostudio machen, wenn ich am Ende einer Aufnahme einen Song ausblende. So wollte ich meine Alpha-Blox und meine Werkstatt ausblenden und sie verschwinden lassen, auf dass sie nie wiederkommen. Also nahm ich den Block und verringerte seine Farbigkeit langsam, als Symbol des Aufgebens. Und ich warf es auf den Boden, machte ein Foto davon und schloss die Tür. Und das war es.“ Bis er das Foto einem Freund schickt. Und es inspiriert Chris weiter zu denken, weiter zu machen. Statt an den Alpha-Blox hängen zu bleiben, wirft er sie beiseite und entdeckt die Futura Schmuck für sich.

Ähnlich der Alpha-Blox, vergrößert Chris auch die Schmuck, und kreiert seine eigene, übergroße Schrift. Die großen Holzschriften baut er selbst, denn es ist Teil seiner Kunst. „Es geht darum, es selbst zu machen und das Holz zu schleifen, das Holz zu lackieren. Alle Kerben zu kennen und die Holzmaserung kennen. Dieser Prozess spricht mich wirklich an. Man kann das zehnmal hintereinander ausdrucken, und keines davon wird genau gleich aussehen. Ich würdige das wirklich. Für mich sind immer gleiche Drucke langweilig. Lass es uns zerreißen und ändern und anders machen.“ Diese Mentalität verleitet ihn häufig zum Experimentieren, zum Annehmen von vermeintlichen Fehldrucken, zum Überwinden von scheinbar unumgänglichen Umständen. Aus Frust entstanden die Fade-Outs, und zu klein zu geschnittene

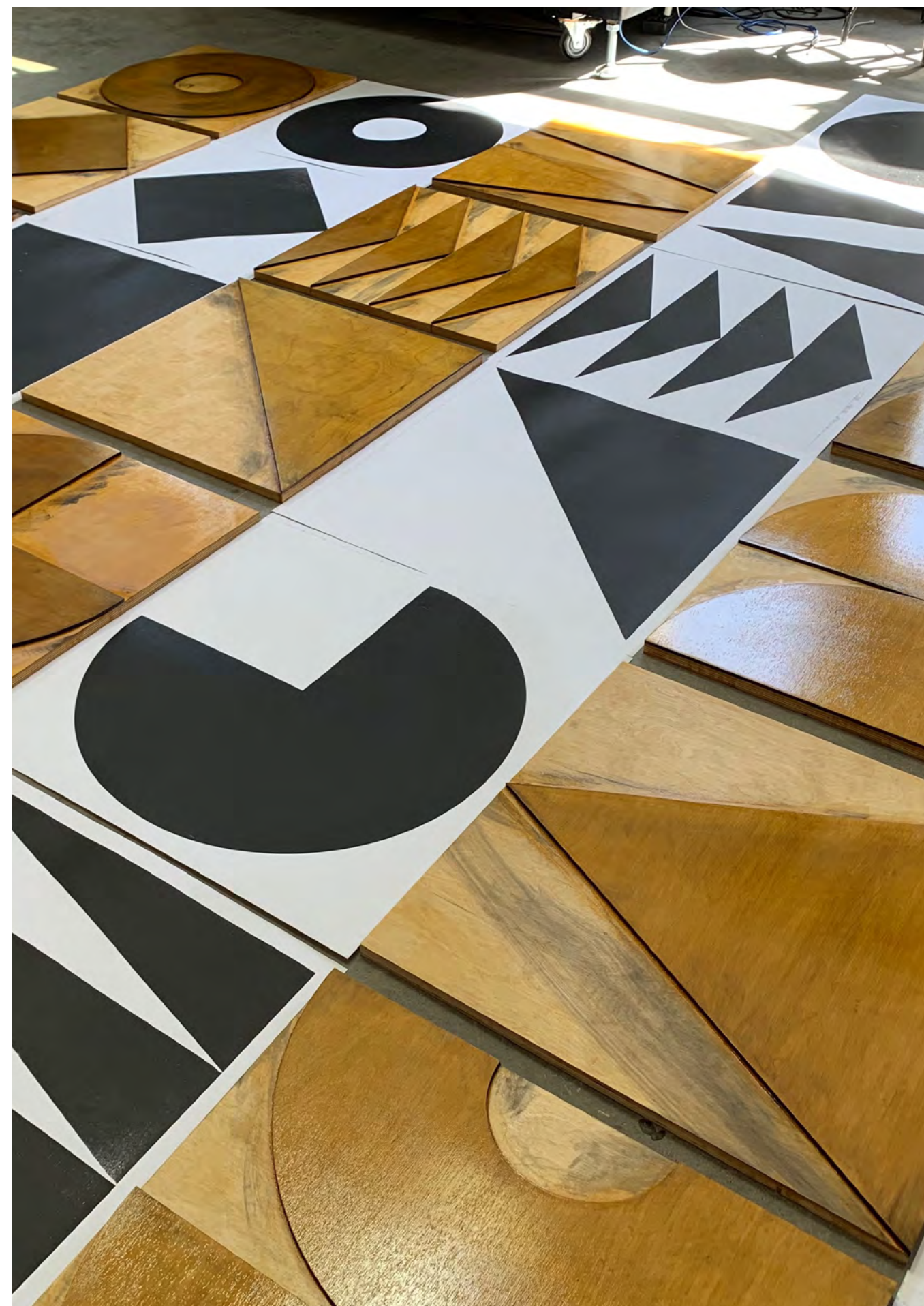


Bild: © Neu Haus Press



Chris Chandler

Holz-Fundamente führten dazu, dass die Drucke zer-rissen und collagiert wurden. Das Holz neu zu schnei-den zu lassen, dem Plan folgen komme was wolle und dadurch Verschwendung zulassen, das war niemals eine Option. So entstehen in regelmäßigen Abständen neue Arbeiten, neue Techniken und Versionen von

Formen und Farben. Unverändert aber bleibt Chris' Leidenschaft für analoge Techniken. Digitales Arbeiten hat da für ihn keine Relevanz. Er lacht kurz auf. „Ich habe einen Computer, aber ich weiß nicht so recht wie ich ihn benutzen soll.“ Also schneidet er seine Formen auf Papier aus, legt die kleinen Quadrate nebeneinan-der, verschiebt und überlappt sie. Mit kleinen, bunten Stickern markiert er die Anordnung und Farben und überträgt diese dann auf das lebensgroße Format. Schere und Papier, viel mehr braucht es nicht, befindet Chris.

Seit einiger Zeit ist auch Cassie mit dabei. Die Kunst-Studentin unterstützt Chris mit seinen Drucken und Installationen, packt mit an. Der Diskurs zwischen den Beiden ist wichtig, die Unterstützung unabdingbar. Immer mehr Ausstellungen und Kollaborationen ent- stehen, Chris' Wissen rund um Modulare Typografie ist eben so gefragt. Trotz allem bleibt Chris sich treu. Schon immer ist er in seinen Arbeiten erkennbar ge- blieben, von Konzert-Postern zu Ausstellungsstücken. Die Musik, die seine Kunst ausmacht, man kann sie fast hören, wenn man vor seiner Arbeit steht.



Bild: © Neu Haus Press

NIE WAR DIE SCHWARZE KUNST SCHWÄRZER!



PRINT & CRIME IM ANALOGEN DARKMODE

Liebesgrüße aus dem Jenseits: Der zweite Fall der Druckdetektive Hesse & Winter.

Lena Walsh, die erfolgreiche Yoga-Lehrerin, erhält seit einigen Wochen Liebesbriefe, verfasst in der Handschrift ihres Ehemannes. Doch der ist seit drei Jahren tot!

Raffiniert: Story und drucktechnische Umsetzung sind miteinander verwoben. Originalgetreue Reproduktionen wichtiger Beweisstücke liegen bei und laden zum Mitemitteln ein. Ein kunstvoll gefertigtes Buch, nervenaufreibende Spannung auf 224 rabenschwarzen Seiten. Ein sinnliches Lesevergnügen für Druckprofis, Krimifans und Kreative.

Bestellbar unter Printelligent.de

Julietta Weimer

Kleine Fußstapfen im fremden Leben

Unser Schwarz-Bus ist wieder auf Tour. Dieses Mal verschlägt es uns nach Lüdinghausen.

Wir möchten Julietta Weimer im “Das blaue Atelier” einen Besuch abstatten. Das kleine Städtchen, südwestlich von Münster gelegen, wirkt auf unseren ersten Blick nicht, wie ein typischer, lukrativer Ort für ein Tattoo-Studio. Auch die kleine Gasse, in dem sich das Atelier niedergelassen hat, inmitten von Fachwerkhäusern und geordneter Kleinstadtidylle, entspricht nicht einer typischen Tattoo-Hood, denken wir so. Und schon stecken wir knietief im ersten Klischee fest. Was ist denn eine typische Tattoo-studio-Gegend? Was ist eine typische Stadt für ein Tattoo-Studio? Wo ist das Rotlicht-Milieu? Wo ist die gesichtstätowierte Bande, die grimmig vor dem Studio abhängt und harmlose Passanten verschreckt?

Natürlich übertreiben wir hier bewusst. Tätowierer*innen sind gegenwärtig angesehene Gestalter*innen und Künstler*innen. Der Beruf hat sich in der Gesellschaft etabliert und ist Teil davon geworden. Die Kunst des Tätowierens bietet einen unglaublichen Facettenreichtum. Und wie in jeder Kunst, gibt es Stars, Fans, Trends, Freunde und Feinde. Trotzdem werden Tätowierer*innen noch immer nicht im ersten Atemzug bei der Benennung im

Bild: © Martina Engert / Schwarz Magazin





Bild: © Julietta Weimer

künstlerischen Gewerbe genannt. Warum das so ist, versuchen wir mit Julietta herauszufinden. Dieses Thema liegt der jungen Atelier-Besitzerin sehr am Herzen. Verständlich. Es ist schwierig und ermüdend, sich immer wieder für seine Arbeit erklären zu müssen. Gar nicht mal in der Gesellschaft. Es sind Verwaltungsapparate, die immer noch Klischees fördern und sich auf bestehende Einstufungen berufen.

Julietta Weimer teilt sich "Das blaue Atelier" mit der Illustratorin und Tätowiererin Nicola Verwohlt. Eröffnet hat das Atelier erst im vergangenen Jahr. Und schliesst dann wieder, bedingt durch die Pandemie. Ein unglücklicher Start. Eine harte Zeit, die nur durch eine Menge Optimismus durchgestanden werden kann. Und den strahlt Julietta mit allem aus, was ihr zur Verfügung steht. Nun durfte das Atelier die Türen wieder öffnen. Dem Neustart steht also nichts im Weg.

Die Verantwortung, die bei den Tätowierer*innen liegt, ist im kreativen Handwerk einzigartig.

Kunden möchten, ist die Wahl auf eine Gestalterin oder einen Gestalter einmal gefallen, bedingungslos vertrauen können. Im Grunde muss jede Tätowiererin und jeder Tätowierer auch illustrieren können. Gut malen können reicht da nicht. Es muss gestalterisch und handwerklich auf die Wünsche der Kunden eingegangen werden können. Wie auch in der Illustration etablieren sich Stile und Spezialisierungen. Gestalterische Qualität setzt sich durch. *"Ein Leben lang guckt ein Mensch auf seine Tätowierung. Was für ein Kompliment ist das denn bitteschön, gegenüber der Gestalter*in. Kleine Fußstapfen im fremden Leben hinterlassen. Das ist unglaublich."*

Den doppelten Boden, die Korrekturschleifen, die mit einem klassischen Illustrations-Job einhergehen, fallen bei einer Tätowierung weg. *"Der Kunde muss sich dem Prozess hingeben."*

Die Ansprüche der Kunden sind, im Zeitalter von Instagram und Co., sehr hoch angesetzt.

Die Tattoo-Szene verändert sich natürlich ebenso, wie jedes andere kreative Handwerk auch. Bemerkbar ist

die große Bandbreite an Einflüssen aus umliegenden künstlerischen Disziplinen. Die Persönlichkeiten hinter den Studios und den Ateliers treten auch in dieser Branche immer mehr in den Vordergrund. Die vorher angemerkte Präsentation auf den sozialen Medien spielt dabei eine große Rolle. Es gilt aufzufallen, sich zu unterscheiden.

Kunst ist eben auch ein Geschäft.

Auch Julietta nutzt natürlich diese Plattformen, um ihre Arbeit, ihre Vielschichtigkeit zu präsentieren. Die Möglichkeit, um anhand von Projekten, wie beispielsweise das Sketchbook-Project der Brooklyn Art Library auf Instagram, ihre Arbeit mit vielen anderen Kreativen aus den

dasblaueatelier.de

instagram.com/julietta.weimer/

unterschiedlichsten Richtungen zu teilen, fasziniert Julietta. Sie sucht und nutzt diese Tools. Ob in den sozialen Medien, als Gast in Podcasts, oder eben an dieser Stelle im Schwarz Magazin. Julietta verlässt die Tattoo-Blase, sie möchte ihr Anliegen kundtun. Mit bestmöglicher Reichweite. Und das betrifft nicht alleine ihre Person. Sie engagiert sich für ihren Beruf. Sie möchte aufklären.

Ein Kernthema in Juliettas Aufklärungsarbeit betrifft ihr Anliegen, dass die KSK Künstlersozialkasse den Beruf des Tätowierens als Kunst eingestuft. Und somit die Türen öffnet, Tätowierer*innen endlich die längst überfällige Möglichkeit zu einer Krankenversicherung freier Wahl und zur gesetzlichen Renten- und Pflegeversicherung bietet. Und somit natürlich auch weitere Leistungen aus dem Katalog der KSK in Anspruch nehmen können.

Wer sich damit noch nicht weiter beschäftigt hat, ist vielleicht überrascht, dass dies nicht der Fall ist. Wieso sollte das Tätowieren auch keine Kunst sein? Der Verein für Tätowierkunst e.V. versucht schon seit geraumer Zeit sich mit den Forderungen bei der KSK Gehör zu verschaffen. Und wird geblockt. Erst kurz vor Redaktionsschluss wurde uns das Ergebnis eines Termins am 3. November 2021 mit einem Mitarbeiter der KSK und dem Verein für Tätowierkunst e.V. übermittelt. Daraus geht deutlich hervor, dass die in den Vordergrund geschobenen Diskussionen, in denen es darum geht zu definieren was Kunst sei, was nicht, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen, welche Reputation aus dem Lager der bildenden Kunst geschaffen werden muss, nichts weiter als auf Richtlinien bestehende Worthülsen sind. Worthül-



sen von Bürokraten, die entscheiden sollen wie Kunst gewertet werden soll. In besagtem Gespräch ging zu dem hervor, in welchem Umfeld der KSK-Mitarbeiter Tattoo-Studios selber sieht. Der Vergleich zu Spielotheken kam gleich zu Beginn des Gesprächs auf. Wir sind wieder, wie Eingangs zu diesem Artikel erwähnt, in einem düsteren Klischee-Gewitter gelandet. Von einer Institution ausgehend, die sich dies nicht leisten darf. Die Gesellschaft ist dem mit ihrem Verständnis von Akzeptanz einen ganzen Schritt voraus. Vielleicht war die Äußerung des Mitarbeiters nur

bei Julietta ganz offensichtlich im Vordergrund. Nicht ohne Grund nennt sie ihren Arbeitsplatz auch Atelier. Hier entsteht Kunst. Und Tätowieren ist eine Kunstform, die hier angeboten wird.

Eine rührende Geschichte am Rande, die vielleicht die heutige Leichtigkeit was ihre Zeichnungen angeht erklärt. Mit acht Jahren kam Julietta aus der Ukraine nach Deutschland, sie konnte natürlich kein Wort deutsch. Um kommunizieren zu können, zeichnet sie was sie sagen möchte. Die Skizzen machen eine Ver-



Bilder: © Martina Engert / Schwarz Magazin

etwas ungenau, der Situation geschuldet. Aber das Echo bleibt.

Wir wollen uns nicht an einer Diskussion beteiligen, um einzuschätzen was Kunst ist. Schon gar nicht, wo eine entsprechende Schöpfungshöhe für Institutionen liegt. Es muss aus unserer Sicht nur nachvollziehbar bleiben. Der Beruf der Illustratorin und des Illustrators wird von der KSK berechtigt anerkannt. Illustration ist nur eine der Grundvoraussetzungen, um den Tätowier-Beruf überhaupt ausüben zu können.

Wir wollen aber bei Juliettas Engagement nicht ihre Arbeit aus dem Augen verlieren. Die Illustration steht

ständigung erst möglich. Eine unfreiwillige aber effektvolle Schule. Vielleicht die beste die es gibt.

Julietta ist Teil von Ausstellungen, erstellt Auftragsarbeiten, realisiert freie Projekte und ist immer offen für weitere Ausdrucksformen und neue Stile. Auch wenn Stifte, Farben und Tattoo-Maschine ihre Favoriten sind, beherrscht sie die digitalen Programme und schätzt in der Umsetzung deren Vorzüge. Diese Kombination hat sie dem Schwarz Magazin mit dem Entwurf und der Gestaltung des Titelbildes dieser Ausgabe beeindruckend unter Beweis gestellt. Ein kurzes Briefing und Julietta wusste wohin die Reise gehen soll.

Wir hatten eine genaue Vorstellung, die punktgenau umgesetzt wurde.

Julietta ist Gestalterin, vielleicht in einer der modernsten Form. Bedingt durch die große Bandbreite an Ausdrucksmöglichkeiten, durch die Offenheit für neue Einflüsse, das Engagement und die Durchsetzungskraft ihrer Belange und durch ihre einnehmende Persönlichkeit.

Das blaue Atelier

Das blaue Atelier
Kirchstraße 7
59348 Lüdinghausen

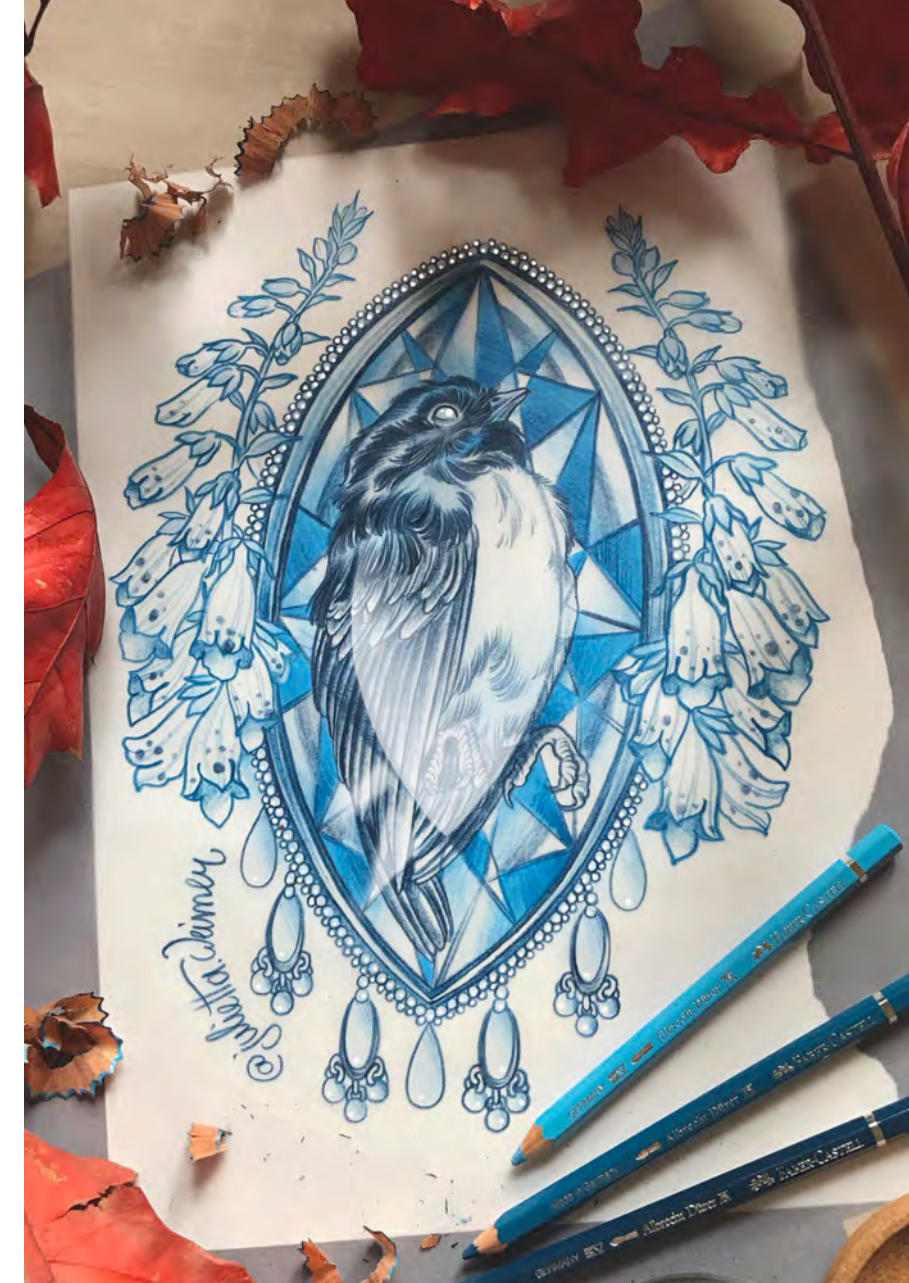
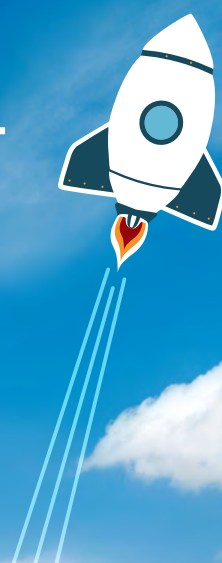


Bild: © Julietta Weimer



DER WISSENS- TURBO FÜR AZUBIS, FACH- & FÜHRUNGS- KRÄFTE!



VDMNW.DE

Verein für die Schwarze Kunst

Von der Liste gestrichen



Heike Schnotale

Seit fast 10 Jahren kämpft der Verein für die Schwarze Kunst nun schon um den Erhalt der...ja eben der Schwarzen Kunst. Schriftgießen, Handsatz, Buchdruck. Berufe die heute im Volksmund schon lange in Vergessenheit geraten sind, wollen hier gefördert und gefordert werden, das Wissen und Können an nachfolgende Generationen weitergegeben werden. Heike Schnotale sitzt im Vorstand des Vereins, und ist selbst das lebende Beispiel für die bisherigen Erfolge. Denn Heike ist gelernte Handschriftsetzerin. Die letzte ihrer Art.

Als junge Gestalterin und Fotografin merkt sie schnell, dass ihr das Studium so nicht reicht. Es fehlt ihr die Haptik, eben die echte Handarbeit. Wie so viele schaut sie sich nach ihrem Studium um, nach Alternativen, nach einem Plan für die Zukunft. Auf Empfehlung des Vereines landet sie Schlussendlich bei der Offizin Haag-Drugulin, und sie weiß was sie will. Handschriftsatz. Sie erinnert sich an das Gespräch mit Inhaber E. SchumacherGebler der OHD. „Ich würde das gerne machen, aber so richtig. Ich bin dann auch ein bisschen stur, und sage ich will das als Ausbildung, nicht als Quereinsteigerin. Ich will das wirklich können.“

Und sie kann. Ganz nach der alten Schule lernt sie in der Offizin Haag-Drugulin ihr neues, altes Handwerk. 2 Jahre lang. Und ist nun Handschriftsetzerin, sucht

Johann Gottlieb Bauchs Witwe

Sie waren von Anfang an dabei und haben gefördert, beeinflusst, gearbeitet und erschaffen. Sie waren Mäzeninnen, Verlegerinnen, Schriftgestalterinnen, Teilerinnen, Setzerinnen, Bogenfängerinnen, Druckerinnen, Buchbinderinnen, Käuferinnen und Sammlerinnen. Und dennoch ist ihre Geschichte fast nirgends erzählt. Die Frauen im Graphischen Gewerbe hatten es nicht leicht.

So lassen sich die ersten Schriftsetzerinnen bereits in der Inkunabelzeit nachweisen: 1481/82 setzten Nonnen des Dominikanerklosters San Jacopo di Ripoli in Florenz das Werk »Il Morgante« des italienischen Dichters Luigi Pulci. Der erste Kolophon, in dem eine Frau als Druckerin genannt wird, erscheint 1484 in Augsburg, nur circa 30 Jahre nach dem Druck von Gutenbergs 42-zeiliger Bibel: Anna Rüger druckte hier unter anderem einen Sachsenspiegel, ein Gesetzbuch. Sie hatte die Druckerei von ihrem Mann geerbt und selbstständig fortgeführt.

Und so wird es noch einige Jahrhunderte hindurch bleiben: Die Frauen arbeiteten oft in den Druckereien ihrer Ehemänner mit, einige von ihnen übernahmen dann als Witwe die Geschäfte und führten diese fort, manche mit anscheinend eigenen Bestrebungen, andere lediglich um die Druckerei später den volljährigen Kindern zu vererben. Manche ihrer Namen sind uns überliefert, bei anderen findet man nur Beschreibungen wie »Johann Gottlieb Bauchs Witwe« in Chr. F. Gessners Aufzählung der Druckereien Leipzigs von 1740. Zugleich wurden alle Übelstände im Druckgewerbe auf »Winckel-Druckereyen« geschoben, in denen man »nur mit Weib und Jungen dahin sudelt«.

Allein durften die Frauen sowieso nicht arbeiten: Ihre Druckprivilegien wurden nur erneuert, wenn sie einen Faktor, also einen Meister oder »Vorsteher«, oder einen anderen (männlichen) Angestellten der Druckerei voranstellten. Und sie galten natürlich als ungebildet und dadurch ungeeignet für ihre Position. Dabei muss davon ausgegangen werden, dass die Frauen durch die Mitarbeit und Zusammenarbeit in den Offizinen ihrer Familien sich durchaus alles nötige Wissen angeeignet haben.

Ganz anders verhielt es sich für die Reichen und Adligen: So betrieb nicht nur Madame de Pompadour eine kleine private Presse, an der sie selbst hin und wieder für ihr Vergnügen die Hand anlegte. Durchaus nicht ungewöhnlich waren auch adelige Frauen als Förderer. So wurde William Caxton, der erste Drucker Englands, von Margaret Beaufort entscheidend gefördert, oder der bedeutende Aldus Manutius auf ebenso entschiedene Weise von Isabelle d'Este. Und die beliebten Lesesalons, welche die Buchwelt auf ihre Weise beeinflussten, wurden oft von Frauen geführt.

In der Zeit der Industrialisierung kamen die Unternehmen nicht mehr an weiblicher Arbeitskraft vorbei. Da man(n) aber immer noch an der geistigen und körperlichen Unterlegenheit von Frauen festhielt, wurden sie nur als Hilfskräfte beschäftigt, etwa als Teilerinnen, die in den Schriftgießereien die frischen Lettern abzählten und in die normierten Schriftpakete aufteilten, oder als Anlegerinnen oder Bogenfängerinnen in den Druckereien, die das Papier an die teilautomatisierten Pressen anlegten und wieder bedruckt entgegennahmen.

Die genannten Arbeiten klingen einfach, erfordern aber viel Geschick. Mit der Erfindung der Setzmaschinen wurde dann erstmals das Können der Frauen sichtbar: Offen für Neuerungen arbeiteten sie bereitwilliger und schneller an den Apparaten als die männlichen Setzer. Doch nicht lange, denn durch die männliche Gewerkschaftsmacht wurde in vielen Ländern den Frauen das Arbeiten in Druckereien fast unmöglich gemacht: Arbeitsverbote aufgrund der bleihaltigen Lettern und Farben, Nachtarbeitsverbote, Verbote wegen schwerer körperlicher Arbeit. Trotz der Widrigkeiten und Vorbehalte gelang es einigen Frauen, ihren Platz in der von Männern dominierten Arbeitswelt zu behaupten. So wurde Paula Thiede, eine Bogenanlegerin aus Berlin, die erste hauptamtliche weibliche Gewerkschaftsführerin und verbesserte mit ihrem Engagement das Leben der Hilfsarbeiter und Arbeiterinnen. Und der Lette-Verein in Berlin bot eine eigene Setzerinnen-Klasse an.

Zunehmend erarbeiteten sich Frauen Anerkennung auch in anderen Bereichen des Gewerbes. 1902 wurde Maria Lühr die erste Buchbindemeisterin in Deutschland. Annemarie Meiner promovierte in Leipzig

1922 mit einer vielgelobten Arbeit über deutsche Signets und wurde die erste Frau in Deutschland, die wissenschaftlich zur Buch- und Verlagsgeschichte arbeitete. Sie war zugleich Verlegerin und engagierte sich in der Ausbildung von Buchhändlern. Die US-Amerikanerin Beatrice Warde schrieb ihre typografischen Aufsätze noch unter dem Pseudonym Paul Beaujon und gab sich erst zu erkennen, als jenem »Beaujon« 1927 eine Stelle beim Monotype Recorder in London angeboten wurde. Trotz der folgenden Verwunderung wurde sie angenommen und bereits zwei Jahre später zur Werbeleiterin befördert. Ilse Schüle, Elisabeth Friedländer und Anna Simons sind nur drei von den immer mehr werdenden Frauen, die sich zunehmend als Schriftgestalterinnen, Kalligrafinnen und Dozentinnen einen Namen machten. Und während in anderen Ländern Frauen bereits viel selbstverständlicher im Druckgewerbe arbeiteten und auch etliche Privatpressen von ihnen geführt wurden, war Oda Weitbrecht in Deutschland lange Zeit eine Ausnahme mit ihrer Werkstatt.

Ewig ließen sich die fadenscheinigen Begründungen, Frauen von den besser bezahlten Berufen in den Druckereien, wie Schriftsetzer und Drucker, auszuschließen, nicht halten. Und so vollzog sich in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ein Wandel im grafischen Gewerbe. Zunehmend sah man Schriftkünstlerinnen, Setzerinnen, später Druckformherstellerinnen, Druckerinnen und Buchbinderinnen.

Heute sind Frauen im Druckgewerbe Normalität. Es ist kaum mehr vorstellbar, dass Frauen einst die kreative Schaffenskraft und das technische Können des Handwerks abgesprochen wurde. Glücklicherweise beschäftigen sich immer mehr Forscherinnen mit der Geschichte der Frauen, ihrem Einfluss und Verdienst. So geben wir zumindest einigen der Pionierinnen, der mutigen Geschäftsführerinnen, die die sozialen Grenzen ihrer Zeit überwandten, der hart arbeiteten und namenlosen Frauenbelegschaften, die ihren Teil zum Erfolg der Unternehmen beitrugen, ihren Namen und ihre Anerkennung wieder zurück.

Heike Schnotale
Dresden, im September 2021



Ein Einblick in den Entstehungsprozess der 12 Stipendiatinnen-Poster

ihren eigenen Lehrling, möchte weitergeben was sie gelernt hat. Aber da hört es für Heike nicht auf. Sie engagiert sich im Verein, ist selbst Stipendiatin für die Walz, eignet sich in Werkstätten quer durch Europa Wissen an. Manchmal hat sie das Gefühl, das Wissen renne ihr weg. Oder eher sterbe weg bevor sie eine Chance hat es aufzugreifen. Denn Nachwuchs hat es in der Schwarzen Kunst schon lange nicht mehr gegeben, die alten Hasen sind zu alt, oder schon gar nicht mehr da. Also rennt Heike hinterher, der unnachgiebigen Zeit.

Denn fast zu spät hatte man realisiert, dass es ohne die jungen Menschen dann doch nicht weiter ging. Die Zeit ist verstrichen. Die Chancen verpasst. Zwischen Lehrmeister und Schüler liegen nun schon häufig viele Jahrzehnte. Ein banales Problem. Die Jungen zu jung, die Alten zu alt. Werkstätten werden aufgegeben, können nicht rechtzeitig übernommen werden vom schnabelgrünen Nachwuchs.

Ja, Nachwuchs. Es gibt ihn doch noch. Allen Hürden zum Trotz. Denn trotz aller Wehr ist der Schriftsetzer/ die Schriftsetzerin, zusammen mit vielen anderen Ausbildungsberufen von der Liste gestrichen, gedankenlos ausradiert, aus der Zukunft des deutschen Druckhandwerkes. Dieses System, dessen ominöse Liste so viele Leben beeinflusst, sieht sie nicht vor, die aussterbenden Berufe. Denn Ausbildungsberufe, die nicht auf der Liste stehen, sind nun mal keine Ausbildungsberufe. Sie können nicht geprüft werden, Abschlüsse gibt es nicht. Lernen ohne Ende, ohne Zukunft, ohne Perspektive. Schwarz malen in der Schwarzen Kunst.

Und dennoch Nachwuchs. Das Handwerk lebt auf, mit rasselndem Atem erhebt es sich langsam aus einem Dornröschenschlaf. Denn das Interesse ist hoch, vor allem das weibliche Interesse ist hoch. Höher als das des männlichen Pendants. Das Walz-Stipendium war in den ersten zwei Jahren seiner Existenz nur mit



Eines der 12 Poster die im Rahmen des Stipendiatinnen-Treffens entstanden sind



Frauen besetzt, erst kürzlich fand ein Ausgleich statt. Irgendwo irrelevant, befindet Heike. „Es ist da eine Leidenschaft, die ich sonst aus keinem anderen Gewerbe kenne. Vor allem im Verein ist da diese wahnsinnige Leidenschaft, ein Enthusiasmus, eine Offenheit. Man ist froh über jeden jungen Menschen. Jeder der begeistert ist, und mit macht, und etwas lernen will.“ Da sei dann das Geschlecht völlig nebensächlich. Flächendeckend macht Heike die Erfahrung, dass echtes Interesse an der Schwarzen Kunst Brücken baut. Druckerschwärze verfärbte Hände werden nach den Begierigen ausgestreckt, Wissen bereitwillig geteilt.

Trotzdem, eine Frau im graphischen Gewerbe zu sein hat Bedeutung. Sie tragen es mit sich, das Wissen, dass ihre Vorgängerinnen es nicht immer so leicht hatten, nicht immer mit einem solchen Selbstverständnis aufgenommen worden sind wie heute. Das mag dramatisch klingen, und für manch einen hört das Interesse wohl jetzt hier auf. Aber es steht fest, in der Literatur eine Frau im graphischen Gewerbe zu finden wäre wohl fast so langwierig wie den Text dazu selbst zu formulieren, zu gießen und zu setzen. Was die Literatur so leichtfertig verschweigt, waren aber doch die Standbeine des Drucks.

„Im graphischen Gewerbe gab es ganze Berufsgruppen, die ausschließlich mit Frauen besetzt waren, die aber nirgends wirklich namentlich erwähnt werden. Im Schriftguss selbst, die Teilerinnen, die die Schriftenpakete eingeteilt haben. Also wie viele As, wie viele Bs, wie viele Cs in die Schriftenpakete gewandert sind. Das war ja alles genormt, und das haben alles nur Frauen gemacht. Das wird nirgends erzählt.“

Kürzlich erst greift der Verein sie aktiv auf, diese Frauen im graphischen Gewerbe, die Teilerinnen, Schriftgestalterinnen, Bogenanlegerinnen. 12 Poster von 12 Stipendiatinnen entstehen, machen deutlich dass hier niemand mehr übergangen werden soll. Die 12 Stipendiatinnen, unter ihnen auch Heike, machen sich auf die Suche nach Literatur die fehlt. Vieles liegt im Verborgenen, Namen und Geschichten tauchen auf und wieder ab. Viele Frauen sind nicht greifbar, nicht fassbar, versinken in den schwarzen Untiefen des Drucks. Auf eines können sich die Stipendiatinnen jedoch einigen: „Was sich so herauskristallisiert hat, war dass die Frauen immer omnipräsent waren. Schon in den Anfängen.“ Oft seien sie Pionierinnen gewesen, offen für neue Technologien. Die erste Frau im graphischen Gewerbe sei bereits 30 Jahre nach Gutenberg nachgewiesen worden. Und doch, schnell verdrängt. Vielleicht ist es ja eine perfide Vergeltung, dass nun Frauen sie übernehmen, die Werkstätten und Maschinen, das Wissen und das Können.

Wir sind nachdenklich nach diesem Gespräch. Sorgen uns, um das Wissen, und den Kampf gegen die Zeit. Noch dieses Jahr wird verpasst, was nicht hätte verpasst werden dürfen. Der letzte Schriftgießer hört auf. Mit ihm nimmt er nicht nur einen Beruf, nicht nur Wissen und Können. Er nimmt ein Vermächtnis mit, dessen Wiederbelebung kläglich gescheitert ist. Doch Heike macht Mut, ist zuversichtlich. „Es gibt berechtigte Hoffnung, dass die Zukunft bunt und auch jung wird.“ Und sie muss es ja wissen. Denn sie ist schließlich der Nachwuchs.

verein-fuer-die-schwarze-kunst.de
post@verein-fuer-die-schwarze-kunst.de

NEVER MIND THE KIOSK Journal

18. September 2021
 Union Gewerbehof Dortmund
 Werkhalle

KREATION & INNOVATIVES HANDWERK

Das NEVER MIND THE KIOSK FESTIVAL ist eine vom Schwarz Magazin ins Leben gerufene Konferenz, mit dem Ziel neue Kommunikationswege zwischen kreativen und produzierenden Unternehmensstrukturen zu erarbeiten und Kooperationen zu fördern. Agenturen, Designer*innen, Druckereien und Förderer sprechen über die Notwendigkeit von Kommunikation, Kooperation und Teambildung in der Medienwelt. Endlich.

Meinungen, Herangehensweisen und Stimmungen werden durch die verschiedenen Blickwinkel unserer Redner*innen aufgefasst, aufgebrochen und offen diskutiert. Es wird Mögliches und bisher Unmögliches in Gesprächsrunden aufgerollt und neu in Szene gesetzt. Es entstehen Netzwerke.



Michael Borgers und Carsten Gritzan - Initiatoren des Festivals

Ausgabe

2

Von Rückkopplungen und dem Plural von Yeahh!

Das erste „Nevermind the Kiosk-Festival“ war erfolgreich abgeschlossen und die Vorbereitungen für das Zweite begannen. Dann jedoch trieb die weltweite Arschloch-Pandemie unsere Planungen vor sich her und setzte den Termin, nach Entspannung der weltweiten Lage, auf den 18.09.2021. Yeahh! Auf in die zweite Runde!

Und diese sollte spannender, dynamischer und für alle Beteiligten noch unterhaltsamer werden als unsere Premiere. So entstand die Idee zum Wohnzimmer. In amerikanischer Sitcom-Manier bauten wir unsere Wohnzimmer-Kulisse in den Mittelpunkt der tollen Werkhalle. Hier moderierte Marco Hanecke eine spannende Podiumsdiskussion mit tollen, abwechslungsreichen Gästen, die teilweise kontrovers, jedoch meist inspirierend ihre Sichtweisen, Erfahrungen und Prognosen einer sich im Wandel befindenden Branche diskutierten. Technisches Neuland war für uns die Umsetzung eines YOUTUBE-Livestreams. Erfolgreich hat dieser sich in Form einer ohrenbetäubenden Rückkopplung angekündigt und funktionierte bis zum Ende der Diskussion einwandfrei. Auch hier ein Yeahh!

„Yeahh“ beschreibt auch vorzüglich das Festival-Rahmenprogramm. Kreatives Druckhandwerk zum Mitmachen, Kunstwerke zum anfassen aus Papier, die Buchvorstellung von „Sounds of Silence“ zusammen mit dem Autor Maz Richards, zwischendurch 30 ml Espresso der 25 Sekunden benötigte um den Siebträger zu passieren, lecker Essen und Live-Musik der wunderbaren Jungs von Lobby Boy.

All das ließ Menschen zusammenkommen, die miteinander sprachen, diskutierten und lachten... Yeahh!!

Michael Borgers



EVER MIND CONFERENCE
EXHIBITION THE KIOSK FESTIVAL
KREATION UND INNOVATIVES HANDWERK

PRINT
IS
DEAD.

PROVE ME
WRONG!



Vertreter*innen der Bereiche Illustration, Design und kreatives Handwerk stellen Arbeiten zum Thema aus und stehen für Gespräche rund um die Veranstaltung und natürlich ihren Werken, den Besuchern zur Verfügung.

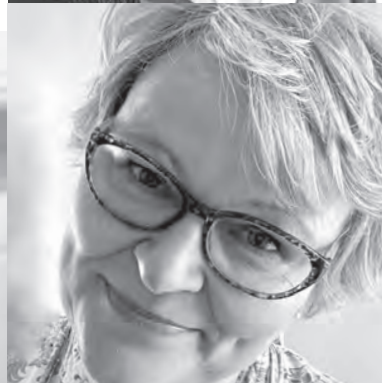


Max Peters • Marko Hanecke • Michael Becker • Sabine Reister
Daniel Thiekötter • Bianca Reimann • Sebastian Mook

www.nevermindthekiosk.de



LIVE



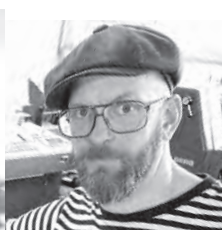
NEVER MIND CONFERENCE EXHIBITION THE KIOSK FESTIVAL



18921



KREATION UND INNOVATIVES HANDWERK



Marcel Richard SOS Book Release Day • IGEPa • Theresa Wedemeyer Showcase
VDMNW • Dortmund Kreativ • KOBOLD Presse Live Buchdruck • Design Metropole Ruhr
Showcase & Live Print Jonas Brüggemann „Nullnummer“
Lesung „PRINT & CRIME“ Eine Studie in Magenta
Printer's Kiosk Showcase • Sebastian Mook Boston Tiegel Live Print • Live Music

schwarz
MAGAZIN

DORTMUND
KREATIV

IGEPa

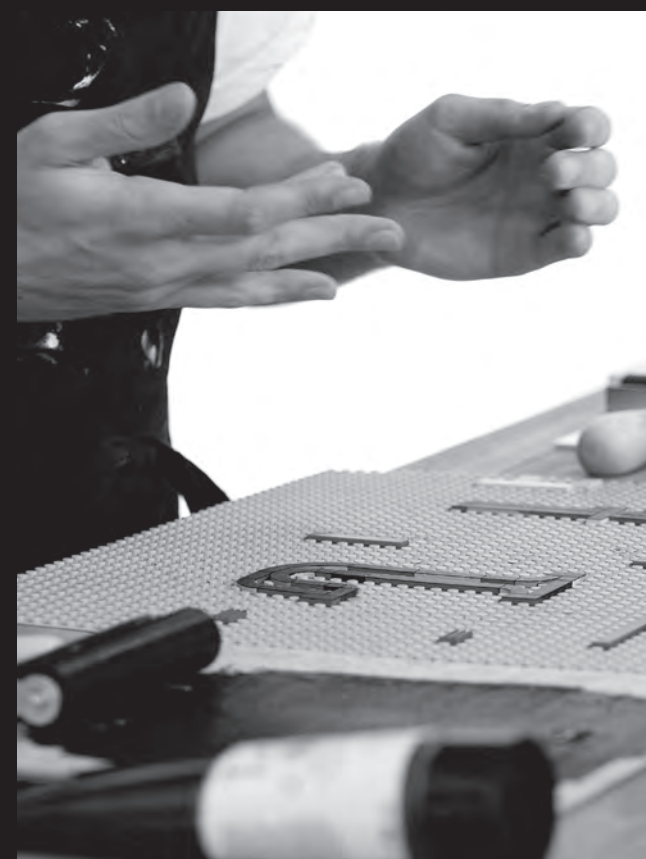
der
Vfz

Verlag für
Zielgruppeninformationen
GmbH & Co. KG

PRINTER'S
KIOSK

Worum geht es?

Die Gesprächsthemen, basierend auf die Kernthemen des NMTK-Festivals, wie die Kommunikation, die Teambildung und die Kooperation zwischen den kreativen und produzierenden Bereichen, werden aus den unterschiedlichen beruflichen Blickwinkeln der Teilnehmer*innen betrachtet. Allgemeine Problemstellungen sollen diskutiert und innovative Lösungsvorschläge aufgefasst und weitergedacht werden. Blicke über den Tellerrand, gewagte Prognosen für die Zukunft, der Einsatz neuer Technologien, die Nachfrage alter Werte, Exklusivität, Kombinationen der Disziplinen und der Mut zur Selbstreflexion sind weitere Anstöße für einen unterhaltsamen Nachmittag.





LIVE

DIE WOHNZIMMER-DISKUSSION

Es wurden nicht, wie beim ersten Festival 2020, verschiedene Slots hintereinander geschaltet. Um eine offene Diskussion und einen dynamischen Austausch zu den Kernthemen gewährleisten zu können, ist es wichtig direkt auf Aussagen und Meinungen reagieren zu können. Die Gesprächsthemen, basierend auf die Kernthemen des NMTK-Festivals, wie die Kommunikation, die Teambildung und die Kooperation zwischen den kreativen und produzierenden Bereichen, wurden aus den unterschiedlichen beruflichen Blickwinkeln der Teilnehmer betrachtet. Allgemeine Problemstellungen konnten diskutiert und innovative Lösungsvorschläge aufgefasst und weitergedacht werden.

Bianca Reimann und Sebastian Mook



Die Teilnehmer*innen der Wohnzimmer-Diskussion. Von oben nach unten:
Daniel Thiekötter, Michael Becker, Max Peters & Sabine Reister.

Der Verband Druck + Medien Nord-West

Nur wenn Menschen aus verschiedenen Berufsdisziplinen zusammenkommen, offen miteinander kommunizieren und dadurch Verständnis für die andere Seite entwickeln, entstehen neue Ideen und eine bessere Zusammenarbeit. Insbesondere wenn es darum geht, gute, wirksame und hochwertige Druckprodukte zu entwickeln, ist das Zusammenspiel von Druckern, Designern und auch Kunden immens wichtig. Genau diesen Austausch finden wir als Verband Druck + Medien Nord-West absolut notwendig. Deshalb unterstützen wir das Never Mind the Kiosk Festival und sein Konzept sehr gerne und haben uns nun schon zum zweiten Mal daran beteiligt!

Als Verband geht es uns darum, unseren Mitgliedern – aber auch der Druck- und Medienbranche insgesamt – gute Argumente an die Hand zu geben, um Print zu stärken und mit Vorurteilen aufzuräumen. Wir wissen, was beispielsweise in der Kommunikation mit Kunden alles schief laufen kann. Im Zweifelsfall entstehen dann Produkte, die niemand will. Hier sind eine gute Beratung und Kommunikation gefragt genauso wie Wissen über die Stärken von Print oder davon, wann welche Veredelung, Weiterverarbeitung oder auch welches Papier Sinn macht, ...

Mit unserer Akademie arbeiten wir deshalb daran, solch ein Wissen aufzubauen: Wir trainieren Gestalter, damit sie beispielsweise die Stärken und Schwächen des Digitaldrucks kennenlernen und ein Design entsprechend gestalten können, wir schulen Kundenkommunikation, Vertriebsstrategien und setzen uns für eine gute Personalentwicklung ein und dafür, dass Vernetzung und Austausch in der Branche stattfindet. Die Beteiligung am Never Mind The Kiosk Festival ist für uns ein Bestandteil dieser Aktivitäten, um Kommunikation, Kooperation und Teambildung in der Medienwelt voranzubringen.

„Print is not dead“ – das hat die Konferenz auch in der zweiten Runde gezeigt. Wir freuen uns aufs nächste Mal und sind gerne wieder dabei!





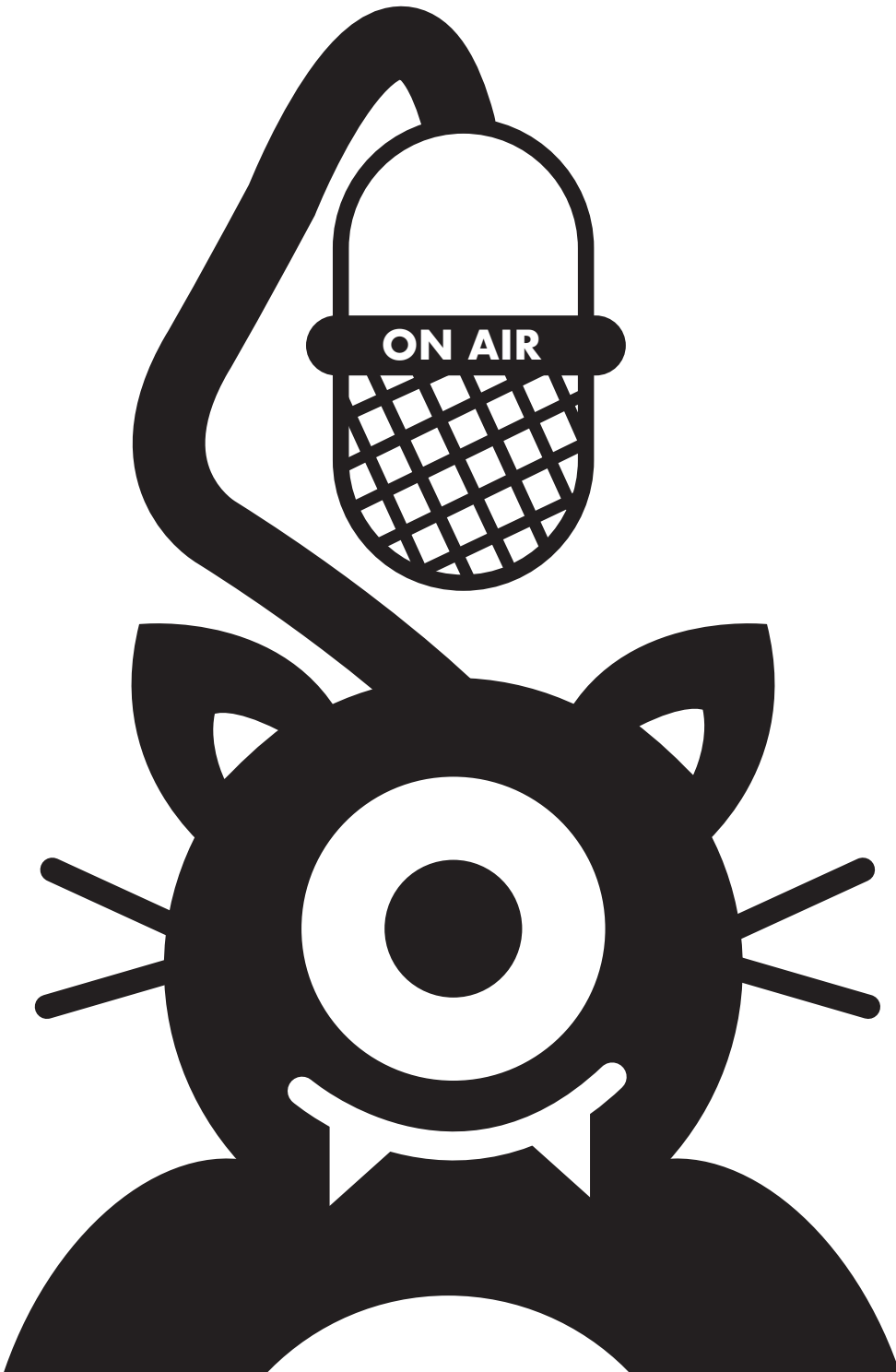
**Laura-Linda Kloep und Marko Hanecke
lesen aus ihrem Roman „Eine Studie in Magenta“**

Was unternehmen eine passionierte Krimileserin und ein leidenschaftlicher Druckexperte in Corona-Zeiten? Sie erschaffen einen außergewöhnlichen Kriminalroman und damit ein neues Genre: Print & Crime! Eine Studie in Magenta ist der erste Fall der ungleichen Druck-detektive Hesse und Winter. Mit ihrem Erstlingswerk beweisen die Autorin Laura-Linda Kloep und der Produzent Marko Hanecke: Die Druckbranche ist mörderisch spannend!



KIOSK PODCAST

www.kiosk-podcast.de





v.l.n.r: Michael Borgers (Produktionsöeiter Printer's Kiosk), Marcel Richard (Autor SOS) und Carsten Gritzan (Geschäftsführer VfZ Verlag für Zielgruppeninformationen GmbH & Co. KG)

Die SOS-Buchpräsentation

Marcel Richard & Sounds of Silence

Der engagierte Grafikdesigner und Musiker präsentiert erstmals seine neueste Publikation. Zusammen mit Never Mind The Kiosk Team veröffentlichte er exklusiv am Festival den multivisuellen Lagebericht der Kultur in Zeiten einer weltweiten Pandemie - Sounds of Silence, Dortmund im Lockdown, inklusive Vinyl-Schallplatte. Signierte Exemplare gehörten da natürlich auch dazu...!

LOBBY BOY

Die Dortmunder Band verhalf dem NEVER MIND THE KIOSK FESTIVAL mit einem Akustik-Set zum finalen Höhepunkt. Mit einer Wahnsinns-Stimme, einem super Beat und ganz viel Spass inne Backe hat Lobby Boy die Union Gewerbehalle zum röhren gebracht, und so einen fulminanten Abschluss geschaffen. Danke, Jungs!





Die Jungs und Mädels vom NMTK-Festival zeigen der Branche, wie es geht! Mit Einfallsreichtum, einer freundlichen, unverkrampften Atmosphäre, originellen Ausstellern und Inhalten schaffen Sie den vielzitierten Brückenschlag zwischen Kreation und Produktion, wie es nur wenigen Veranstaltern gelingt. Mir war es ein Vergnügen, eine Podiumsdiskussion moderieren zu dürfen, die mit anregenden Gesprächspartnern aus der Druck- und Kreativbranche einen inspirierenden, vielstimmigen Mehrwert lieferte. Ich freue mich schon jetzt auf weitere, erfrischende Live-Formate der Herausgeber des SCHWARZ Magazins!

Marko Hanecke

DANKE!

An alle Sponsoren, Aussteller, Wohnzimmer-Redner*innen, Helfer*innen, Besucher*innen. Gemeinsam wurde das Never Mind The Kiosk Festival zurückgeholt, es wurde diskutiert, die kreative Industrie gefeiert, angestoßen und genetztwerkt. Toll!

Ein großes Danke gilt auch unseren Fotograf*innen, Martina Engert, Sebastian Mooock und Andreas Wörmann, die das Festival begleitet haben.

make print dirty again



SCHWARZ-ABO

4 AUSGABEN FÜR 35,50 €

inkl. MwSt. & Versand (innerhalb Deutschlands)

Bestellungen:

abo@schwarz-magazin.de oder **www.schwarz-magazin.de/shop**

Frank Höhne

Ein bisschen Könnerschaft

Klein ist die Welt. In einer Redaktionssitzung fällt der Name Frank Höhne. Sofort weiß jeder etwas zu berichten, oder kennt wen, der mal selber und überhaupt. So so, wir sind also einstimmig begeistert. Und gerade deswegen verunsichert.

Dennoch beschlossene Sache. Der Schwarz-Zug nimmt Fahrt auf. Wir landen in Berlin und wollen herausfinden, warum der Name Frank Höhne in der Grafik-Blase niemandem erklärt werden muss.

Seinen Illustrationsstil eigen zu nennen, ist stark untertrieben. Natürlich fallen seine wilden Skizzen in den Magazinen auf. Illustrationen, die sich auf ganz seltsame Weise mit den zu besprechenden Themen auseinandersetzen. Und wahrlich nicht immer die "schönste" Seite zeigen. Manchmal anstößig. Ja doch. Aber immer unmittelbar und kreativ an eine Aussage gebunden.

"Ich bin ja irgendwie der Pipi-Kacka-Illustrator. Schon in Briefings fällt häufiger der Satz: Wir können aber keine Pimmel zeigen. So ist unser Magazin nicht. Diese Bedenken kann ich aber schnell aus dem Weg räumen. Ich sehe mich als Dienstleister. Wenn es sein muss, zeichne ich auch eine Raufasertapete."

Namhafte Magazine, die sich neben großen Unternehmen und renommierten Institutionen einreihen,



schätzen diese Einstellung. Ein Kundenportfolio, welches auch bei gestandenen Illustrator*innen Bewunderung hervorrufen dürfte.

Diese Begehrtheit kommt nicht von ungefähr. “Die Zusammenarbeit mit den Redaktionen muss unkompliziert über die Bühne gehen. Dann nehmen dich auch die Artdirektor*innen mit, wenn sie den Verlag wechseln und gerne mit dir arbeiten. Das A und O in diesem Job ist es, nahbar zu sein, zu verstehen was sie wollen und auch selber zu denken. Die Leute wollen ja möglichst wenig mit dir zu tun haben und nicht tausend Korrekturschleifen angehen. Sie wollen ein schnelles Ergebnis. Und das kann ich liefern. Dank meines einfachen Stils, gemischt mit ein bisschen Könnerschaft.“

Ein großer Teil im Prozess seiner Arbeit entsteht auf Papier. Die Zeichnungen werden eingescannt, zusammengestellt, vergrößert, verkleinert und digital kolortiert. Kleinere Ergänzungen werden am Grafiktablet

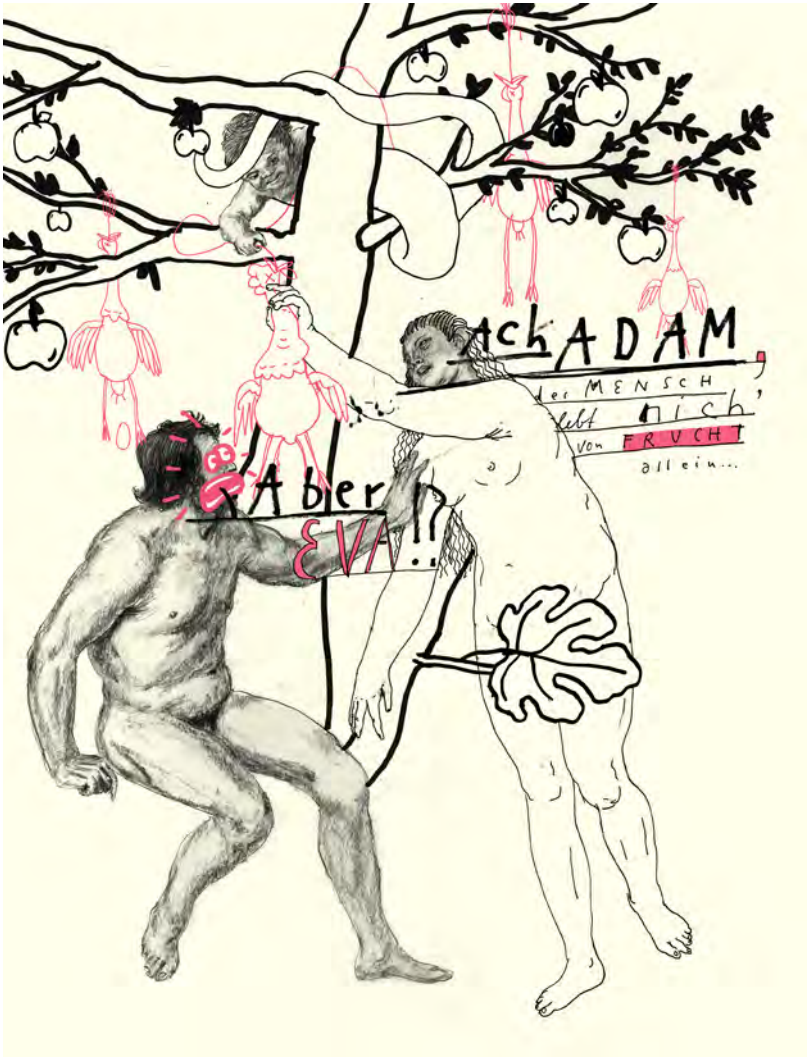
kreiert. Sein Zeichenstil kann nur analog funktionieren. “Dreck digital zu erstellen ist schwierig. In der Ideengabe und der Gestaltung reagiere ich auf Zufälle. Wenn was verschmiert, ist das zwar nicht gewollt, aber letzten Endes doch ein Stilmittel. Das kann man nicht erzwingen.”

Wenn die Zeit es zulässt, realisiert Frank eigene Projekte. Diese stellt er online in seinem Blog vor. “Es tut schon gut am Ende was gemacht zu haben, für einen selbst, oder was es so noch nicht gibt und irgendwie dein Leben belegt.”

Teilweise sind die Ergebnisse in kleinen Auflagen auch in seinem Shop zu finden. Es lohnt sich unbedingt seinen Webauftritt zu besuchen. Auf toll gestalteten Seiten kann sich der Besucher einen umfangreichen Überblick über Franks Schaffen und in seine kommerziellen Arbeiten, sowie in seine freien Projekte verliehren. Die Seiten sind ein Zeitfresser. Das ist selten geworden. Tipp der Redaktion: die Sprachmemos.

Über die Form der Veröffentlichung seiner Arbeiten, Print oder Digital, zeigt Frank sich offen für beide Formate. Der größere Farbraum im digitalen Bereich hat für ihn ebenso seinen Reiz, wie eine wertige Print-Produktion. “Mir fehlt da vielleicht der künstlerische Anspruch. Auf der einen Seite will man die Umwelt retten, auf der anderen Seite habe ich hier so viele Belegexemplare rumliegen. So viel Müll. Dennoch mag ich Print, ich mag Bücher, ich finde es schon gut etwas Analoges zu haben. Digital ist es wie mit den ganzen Fotos die man macht. Man produziert immens viel, aber eigentlich ist dann auch egal, weil man sie nie wieder anschaut. Wenn die Dinge dann physischen Raum einnehmen ist es einfach realer.”

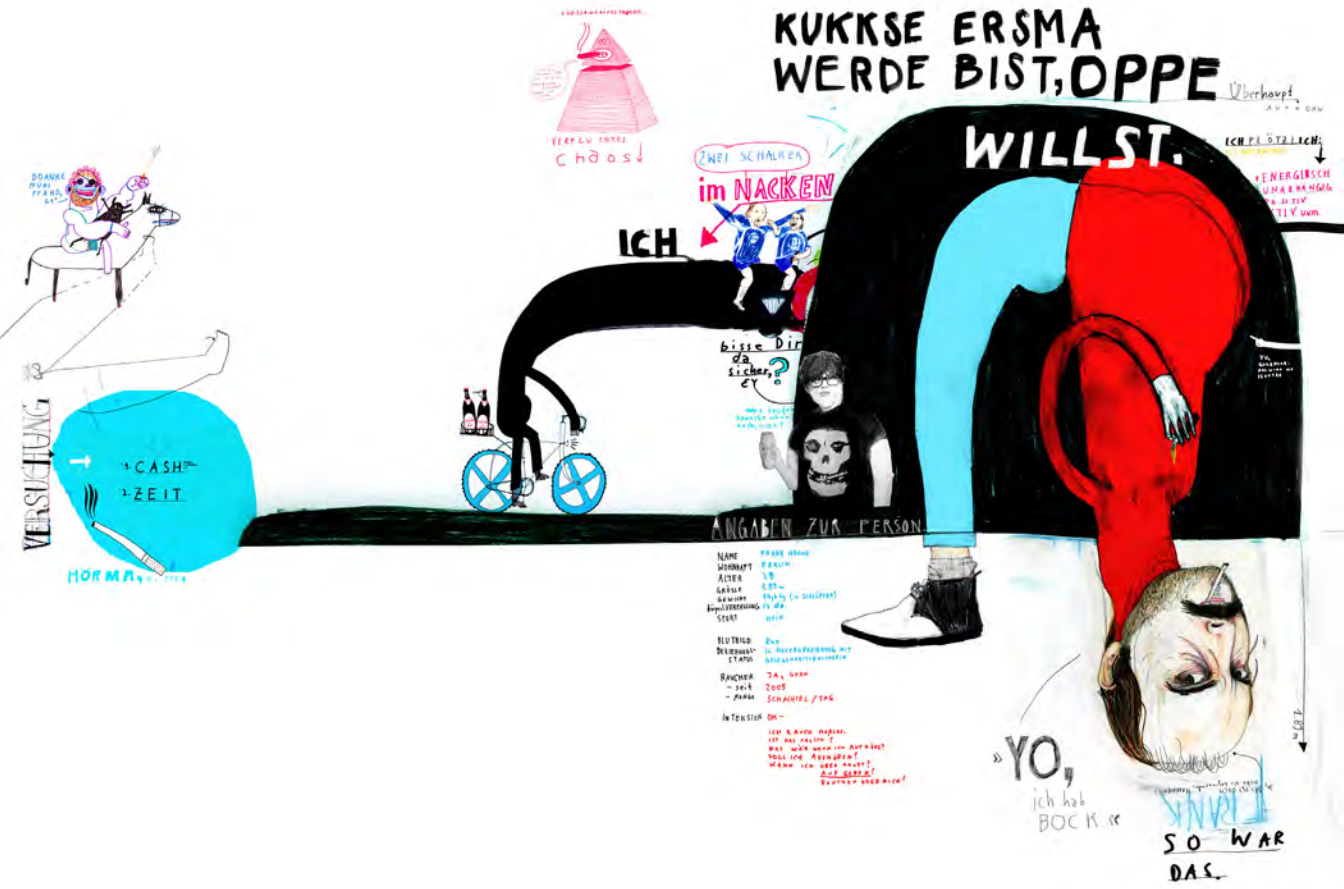
Von einem beruflichen Abstecker von Berlin nach Dortmund kann Frank ebenfalls berichten. Die FH Dortmund konnte Frank für zwei Jahre als Dozent für Illustration gewinnen. Er hat seinen Fußabdruck bei den Studierenden hinterlassen. Der Einfluss ist erkennbar. Nicht nur in Dortmund. Wer versucht ähnliche Illustrationen zu entwickeln, kann überraschend schnell an seine Grenzen stoßen. Sein sehr spezieller Stil verlangt neben der von Frank erwähnten Könnerschaft, eben auch das Rückgrat zu seinen Fehlern zu stehen und vor allem genau diese verkaufen zu lernen. “Du musst dich trauen die Arbeit als Experiment zuzulassen und zu sagen: Ist mir egal. Da muss man schon selbstbewusst mit umgehen können. Mit Quatsch” Frank blickt gerne und mit Respekt zurück auf seine Lehrtätigkeit. Und er hat eine Meinung zu den Studiengängen. “Es geht im Studium darum, denken zu lernen und sich selber zu finden. Studieren ist ja nicht Zeichnen. Das kannst du zu Hause



lernen. Die Dozentin und der Dozent sollten dich machen lassen und müssen zusehen, die Studierenden zu motivieren. Das ist verdammt schwer. Natürlich besteht die Gefahr, dass dort viele kleine Klone entstehen, die sich im Schaffen nicht mehr groß unterscheiden und ein Abbild der Dozentin oder des Dozenten werden. Das ist ja Quatsch. Das muss ja nicht sein. Du musst als Student*in was zeigen, was anbieten, damit man darüber reden kann. Oft übernehmen die Lehrkräfte dann den Part einer Art-Direktion und sagen Dinge wie: Ich würde das so machen. Hier fehlt dies und hier fehlt das. Und leicht ist es dann über seine eigene Herangehensweise zu reden. Aber dabei lernen die Student*innen ja nichts.”

Tipp der Redaktion:
Die belustigenden Sprachmemos von Frank. Zu finden auf seiner Webseite, via frankhoehne.de/sprachmemo. Angucken, jetzt!

Das Bildmaterial für diesen Artikel wurde von © Frank Höhne zur Verfügung gestellt.





Für einen Blick in die Glaskugel lässt sich Frank schwer hinreißen. Sich damit zu beschäftigen, ob sein Stil irgendwann nicht mehr gefragt sein könnte oder Trends nicht mehr für ihn nachzuvollziehen sind, darüber macht er sich Gedanken, wenn es soweit ist. „Notfalls geht es zurück an die Bar als Kellner.“ Jedoch blitzt sein Selbstbewusstsein klar durch. Er weiß, dass dieser Zustand so schnell nicht eintreffen wird. Er kennt seinen

Job. Er kann die Geschichten zu den Themen erzählen, so fremd sie auch erscheinen. Er kann sie visuell stark umsetzen. Und ihm ist klar, dass sich viele Kolleginnen und Kollegen mit dieser Übersetzung schwertun. Er ist kein Künstler. Er ist Illustrator.

“In der Illustration geht es um Charakterbildung und darum, dass du gute Gedanken hast.

Dann gibt es die technische Komponente und ein bisschen Talent das alles zu kombinieren, sollte man auch mitbringen.“ So leicht lässt sich der Illustrations-Beruf erklären. In zwei Sätzen auf den Punkt gebracht. Schnell und maximal aussagekräftig. Das ist Frank Höhne.

frankhoehne.de
instagram.com/huckbert_hoehne

**ALTE TECHNIK,
NEUE IDEEN.**



PRESS IT YOURSELF

PI4

WORKSHOPS

LETTERPRESS

BUCHDRUCK

SIEBDRUCK

**PRINTER'S
KIOSK®**

printers-kiosk.de



PORTRAIT

Sebastian Moock

Vom Schüler lernen

Wer sich mit Sebastian Moock beschäftigt, etwas recherchiert, oder das Glück hat, direkt mit ihm zu sprechen, dem fällt sein mitreißendes Engagement und seine leidenschaftlichen Ausführungen über die Buchdruckkunst, den Handsatz und natürlich die Typografie auf. Diese Leidenschaft brennt bei Sebastian. Ganz offensichtlich. So stark, dass seine Tätigkeit als Grafikdesigner in der Darstellung fast in den Hintergrund rückt. Vielleicht bewusst. Sebastian kennt seine Qualitäten, darüber redet er nicht viel. Seine Kerndisziplinen im Ausstellungs- und Editorial-Bereich sind gefragt. Seine Kunden, hauptsächlich im Kunst- und Kultursektor angesiedelt, schätzen seine Arbeit und vor allem seine Herangehensweise. Das spricht sich rum. Schon als Student wird er mit internationalen Preisen ausgezeichnet.

Doch was ihn reizt, ist der Ursprung. Der Ursprung eines Berufes, den er heute ausübt, den er beherrscht.

Sein unbändiger Wissensdurst führt ihn in die Werkstätten der alten Meister. So zum Beispiel ins Buchdruckmuseum Hannover. Er hört zu, packt an und begreift Dinge, oft sind es nur Kleinigkeiten, die ihm vorher nicht aufgefallen sind. Oder Dinge, die ihm nicht wichtig erschienen. „Autodidaktisch bin ich eh seit Stunde Null unterwegs.“ Also überträgt er dieses Wissen und die Techniken auf die digitale Arbeit. Mal im Kleinen, mal etwas größer. Wie beispielsweise ein Buchprojekt, welches er für seine Kundin mit einer Druckerei im Irisdruck realisiert. Das ist unüblich, auch für die Druckerei.

Das Ergebnis ist jedoch einzigartig. Die Kombination der Techniken kann natürlich nur angebracht werden, wenn man beide Welten kennt, versteht oder besser noch beherrscht. Das ist Sebastians Antrieb.

Obwohl Sebastian selber noch sehr jung ist, beschäftigt ihn das Problem, die „Schwarze Kunst“ mit ihrem fundamentalen, typografischen Wissen, könnte vielleicht nicht an nachfolgende Gestalter*innen-Generationen weitergegeben werden.

Als Bachelorarbeit entwickelt und veröffentlicht er ein Buch, welches sich mit dieser Problematik befasst. Das „typografische Manifest“. „Das typografische Manifest ist eine Aufforderung an Alle, die zweidimensionale Fläche am Monitor zu erweitern, um wieder Schrift in der Dreidimensionalität zu erleben.“

Der Gestalter möchte seine Leidenschaft zu diesem Wissen übertragen und nutzt die digitalen Kommunikationsformen ebenso, wie die klassischen. In einem Podcast spricht er mit den mitwirkenden Experten, darunter befinden sich Rolf Rehe, Friedrich Forssman, Erik Spiekermann, Henning Skibbe und Charlotte Rohde, über die Problematik und stellt fünf Thesen in den Raum. Nachzulesen, nachzuschauen und nachzuhören unter: www.typomanifest.de

Sebastian zeigt anhand der eigenen Leistungen, wie wertvoll die Erfahrungen aus den alten Künsten sein können. Wie wichtig das Erlernen der entsprechenden Techniken, gerade für die jüngeren Gestalter*innen, in Hinsicht auf ihren späteren Beruf sein kann.

Er hat es in der Hand, den kreativen Nachwuchs mit seinen Projekten und vor allem seiner Persönlichkeit zu erreichen. Er zeigt auf, wie Handwerk und digitale Arbeit später im Job zu einer profitablen Einheit verschmelzen können. Eine Brücke, die die alten Meister in der Regel nicht bauen können. Es braucht die „Lehrer“ aus den eigenen Reihen. Sebastian Mook ist jetzt schon einer der ganz wenigen davon.

Im nächsten Jahr wird Sebastian auf die traditionelle Walz gehen. Der Verein der „Freunde der Schwarzen Kunst“ vergibt dafür die entsprechenden Stipendien.

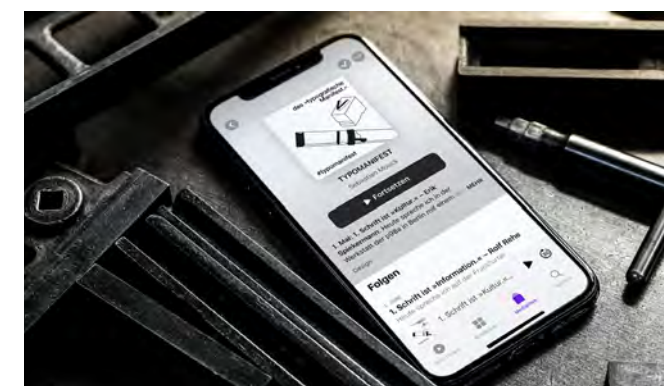
Für Sebastian ist dies der ideale Weg, das Know How der Meister aus den verschiedensten Städten und Werkstätten aufzufangen. Ein handwerkliches Netzwerk, welches für seine Ambitionen wertvoller nicht sein kann. Wir werden Sebastians Tipplei gespannt verfolgen. Wie wir ihn kennen, weiß er unterhaltsam und informativ darüber zu berichten.



Nicht nur der grafischen Branche sollte das Wissen um das traditionelle Handwerk zugänglich gemacht werden, auch den potenziellen Kunden, oder im Kunstbereich den Sammlern und den Käufern. Der Preis für die Werke oder für die zu berechnende Leistung, schreckt oft ab oder sorgt für Irritation. Der Prozess rund um die Entstehung muss mit verkauft werden. Der Wert ergibt sich aus dem handwerklichen Geschick, aus der

benötigten Zeit und aus der Kreativität in der Umsetzung. Geben sich diese Komponenten die Hand, entsteht ein Preis, der oft erst dann nachzuvollziehen ist, wenn die Verfahren präsentiert werden. Hier sind die Gestalter*innen selbst gefragt, ihre Arbeit entsprechend zu positionieren. Die Möglichkeiten in der digitalen Welt beispielsweise sind unerschöpflich.

Sebastian zeigt wie es geht. Er redet über das Handwerk, über die digitale Weiterführung, über die charmananten Kleinteiligkeiten in der Produktion. Im Web, Im Netz, in Magazinen und auf Veranstaltungen. Wie erst kürzlich auf unserem, vom Schwarz Magazin veranstalteten NEVER MIND THE KIOSK FESTIVAL in Dortmund. Hier übernimmt Sebastian nicht nur einen wichtigen Teil in der Diskussionsrunde, sondern bringt



Bilder: © Sebastian Mook

sebastianmook.de

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

mookbooks.de





Neben den kommerziellen Arbeiten, sind Sebastian freie Projekte sehr wichtig. Die Zeit nimmt er sich. Er nennt es seine persönlichen, kleinen Sabbaticals. Projekte, die wirtschaftlich betrachtet vorerst dumm erscheinen, später jedoch eine enorme Wichtigkeit erlangen. Für ihn selbst, für seine Partner und natürlich sein Netzwerk. „Von nichts, kommt nichts. Wichtig ist, dass man Bock darauf hat.“ So einfach erklärt Sebastian sein Engagement. Er probiert sich aus, verbindet die Disziplinen und lernt auch hier durch die Entstehung. „Ob manche Dinge Sinn machen, sei dahingestellt, aber Du bist in einem Machen- und Schaffensprozess.“

Auch wenn das traditionelle Buchdruck und Handsatz-Handwerk Sebastians große Leidenschaft ist, verhält es sich mit den digitalen Bereichen nicht anders. Ihn interessiert das Klicken der Tasten, die Codes, die 3D-Animationen, das Web ebenso, wie der Rumms des Boston-Tiegels. So sucht er ein Praktikum in einer Digitalagentur, damit er auch diese Prozesse nachvollziehen kann.

Die Faszination der oft wirren, frustrierenden und übergreifenden Arbeitsabläufe, die letztendlich doch in ein schlüssiges Ergebnis münden, ist groß. So groß, dass ihn das wieder zu einem neuen Projekt im kommenden Jahr animiert.

seinen Boston-Tiegel gleich mit und druckt vor Ort. Er erklärt den Besuchern was es damit auf sich hat, macht Geschichten daraus. So springt der Funke über. Immer.



Bilder: © Sebastian Moock

„Manchmal muss man ein Projekt auch voll gegen die Wand fahren, dass man merkt, so geht es eben nicht.“

Rund um Sebastian gibt es eine Menge Sidekicks. Moock Books zum Beispiel. Sein eigener Verlag. Neben einigen Kooperations-Veröffentlichungen, ist hier auch das vorher erwähnte „typografische Manifest“ erhältlich. Oder die Fahnen-Taschen, produziert aus Fahnenstoff, der aus einer von ihm gestalteten Ausstellung übriggeblieben ist. „Ich kann halt nähen.“ Auch hier macht sich seine Leidenschaft bemerkbar. Die Leidenschaft, etwas zu gestalten, zu realisieren, zu einem Produkt zu machen. Auf die Frage, ob er auch mal was macht, was nicht mit Gestaltung zu tun hat, muss er lange überlegen. Sehr lange. „Saxophon spielen“, kommt schließlich als Antwort. Das lassen wir auch nur ganz grob gelten. So ist er halt.

Sebastian hat schon recht jung viel erreicht. Große Agenturen würden ihn gerne einstellen. Er hat ein gut gebuchtes eigenes Büro. Er betreut Kunden, die ihn aufgrund seiner Arbeit und seinen Einflüssen, relativ freie Hand lassen. „Rechts und Links schauen. Auch außerhalb der Branche. Das ist super wichtig.“ Auf seine weiteren Ziele angesprochen, wirkt Sebastian ernst. Das beschäftigt ihn. „Es muss gesellschaftlich relevant sein, was man tut. Es muss nachhaltig sein. Die Werte sollte man für sich definieren.“ Dann strahlt er wieder. „Machen, machen, machen. Und dabei Freude haben.“

Die Ideen, die Sebastian im Kopf hat, reichen für die nächsten Jahre. Bei seiner Schlagzahl, die er vorgibt, ist fast davon auszugehen, dass er diese auch alle realisiert. Wir durften in einige Visionen bereits Reinhören, die wir an dieser Stelle natürlich noch nicht preisgeben.

Sebastian Moock wird immer Schüler sein. Das ist einfach seine Persönlichkeit. Sein Wissensdurst, seine Fähigkeit das Erlernte auf die Arbeit abzuleiten, seine Begeisterung das Können weiterzugeben, seine Vielseitigkeit und sein grafisches Talent machen ihn zu einen der ersten Adressen, was moderne, innovative Gestaltung angeht. Eine Adresse von der wir noch viel hören und lernen werden.



VIVA CON AGUA



LET IT FLOW
LET IT FLOW
LET IT FLOW

JETZT WASSER SCHENKEN

Deine Spende als Geschenk!
Schenke deinen Liebsten dieses Jahr einen Beitrag zu unseren weltweiten Wasser- und Sanitärprojekten – zum Beispiel eine Brunnenreparatur in Uganda. Hier kannst du deine Spende aussuchen und die Urkunde zum Verschenken ausdrucken:
geschenke.vivaconagua.org



Illustration: Inke Praetz

Sabine Reister

Wer bin ich und wenn ja, wieviele?



... fragte vor einigen Jahren Richard David Precht. Und genauso fühlen sich manches Mal Gestalter*innen – schwebend zwischen Anspruch und Wirklichkeit, Kundenwunsch und Realisierbarkeit, Budgetvorgaben und großartigen Ideen, die eben diese sprengen würden. Und jetzt quetscht sich hier auch noch das Thema Nachhaltigkeit dazwischen, weil wir es nicht nur für notwendig erachten, sondern leben wollen. Ein kleines Sammel-surium auf dem Weg zur Selbstfindung ...

Möge die Macht mit dir sein

Ein eng gestecktes Briefing, ein »das haben wir schon immer so gemacht«, knappe Budgets und eine fulminante Umsetzung muss es natürlich auch sein – und wie bekommen wir da die Nachhaltigkeit unter? Designer*innen haben längst erkannt, dass sie diejenigen sind, die den ökologischen Gedanken gerade bei Printproduktionen verankern müssen. Nicht, dass man Ungeliebtes auf die Kreation abschiebt: Wer könnte es denn ansonsten in die Hand nehmen? Woher soll der Industriekunde wissen, dass es durchaus Öko-Druckfarben gibt, dass 1 Zentimeter weniger im Format unter Umständen ein Vielfaches an Makulatur bedeutet und dass Druckveredelung nicht unbedingt etwas mit Lack zu tun haben muss? Kurz: Das Design muss – wie bei vielen anderen Dingen – Teil der Lösung und nicht des Problems sein. Und das bedeutet im Übrigen nicht das Aussterben raffinierter Produktionen: »Nachhaltigkeit bedeutet keinen Verzicht, sondern ist vielmehr Inspiration für Neues«, so Claudia Klee und Vit Steinberger (klee.steinberger).



Wie sag ich's meinem Kunden?

Nachhaltigkeit, da sind wir uns sicher einig, findet nicht erst bei der Papierauswahl statt, sondern startet bereits in der Konzeptionsphase. Oder gar noch früher?

»Es beginnt eigentlich bereits bei der Kalkulation, also bevor überhaupt ein Designer irgendwas gestaltet hat, und damit mit der Frage: Wie viel Budget ist vorhanden?«, erläuterte mir Katrin Oeding (Oeding Design), die bei unserem IGEPA kommenden Experten-Talk zum Thema »Verbotene Schätze – Stoff(e) der Zukunft« mit von der Partie ist. »Viele nachhaltige Prozesse kosten einfach etwas mehr. Hier sind gute Argumente gefragt, um den Kunden von einer nachhaltigeren Produktion zu überzeugen.« Gelungene Beispiele für ökologische Umsetzungen gibt es aber reichlich – einige davon sind unter selection.blog zu finden. Und last, but not least ist bei vielen Unternehmen das Thema Nachhaltigkeit ohnehin bereits in der Chef-Etage angelangt; jetzt heißt es, dieses auch für die Kommunikation zu übersetzen.

Multitalent oder Spezialist?

Diese Frage stellte ich im Rahmen unserer Experten-Talk-Reihe unseren Gästen und die Antworten waren deutlich: Keiner kann alles gleich gut und wer das von sich behauptet, macht sich eher verdächtig. »Der große Bauchladen ist nicht mehr zeitgemäß«, konstatierte Victoria Ringleb, Geschäftsführerin des Allianz Deutscher Designer, AGD. »Spezialist in einem Netzwerk von Spezialisten zu sein, das ist heute gefragt«. Das gilt natürlich auch für das weite Feld der nachhaltigen



Kommunikation – ein Netzwerk aus Produktions-experten und ökologisch ausgerichteter Druckereien ist Gold wert. Und selbst alte Hasen in der Branche, wie beispielsweise Florian Pfeffer (one/one), schätzt die Notwendigkeit eines Netzwerkes außerordentlich, denn: »Ich bin immer genau auf das neugierig, von dem ich keine Ahnung habe – dann ist auch das Verknüpfen von Spezialisten gefragt.«

Alles auf Anfang

Es ist eine Erfahrung, die Gestalter*innen immer wieder machen: »Die Lösung liegt nicht immer im Auftrag«, so formuliert das Friederike Pfeffer (one/one). »Wir gehen sehr problemorientiert an Aufträge heran – so wird aus einem vom Kunden zunächst angedachten Buch vielleicht doch eher eine Installation oder ein Event.« Ist das nicht gerade das Schöne an unserem Beruf? Wir dürfen ganz neu denken und dem Kunden durchaus auch einmal etwas sagen, was sich interne Mitarbeiter nie trauen würden. Gerade die Analyse von Selbstverständlichkeiten legt unter Umständen unbetretene Pfade offen und kann uns auch der Nachhaltigkeit ein Stück näherbringen. »Man kann beispielsweise durchaus auch die langjährigen Dienstleister hinterfragen, denn gerade große Kunden haben ein ganz anderes Druckmittel, tatsächliche Veränderungen bei ihren Produzenten anzustoßen,« so erzählt Katrin Oeding.

Scheitern ist auch eine Option

Wie oft sind wir in unserem Leben schon auf die Nase gefallen? Da wir aber trotzdem alle noch hier sind, scheint es im Rückblick halb so schlimm gewesen zu sein. Im Gegenteil: Wer gelegentliches Scheitern und das eine oder andere »Projekt für die Tonne« als wertvolle Erfahrungsressource betrachtet, kommt ein gutes Stück weiter. Peter Dahmen, einer der besten Paper-Artists des Landes, gestand bei unserem Experten-Talk: »Mein Talent liegt in erster Linie darin, immer wieder scheitern zu lernen und nicht aufzugeben«. Wenn dabei so wahnwitzige wie geniale Pop-Art-Konstruktion entstehen, möchte man doch am liebsten ganz oft und viel mehr scheitern.

Wertvoll denken

Und last, but not least sind unsere Werke alle keinesfalls „quick-and-dirty“: Jeder, der etwas Kreatives schafft, trägt ein Stück zu unserer Kultur bei. Daher sollte auch die Frage, ob überhaupt noch gedruckt werden soll, gar nicht erst diskutiert werden. Designer*innen schaffen Lösungen. Das mag mal eine App sein, mal ein Sticker oder ein Blow-up. Das könnte im Large Format- oder in Briefmarkengröße passieren. Lasst uns über notwendige Auflagen sprechen oder ob es unbedingt 200 Seiten sein müssen, aber diskutieren wir nicht mehr darüber, ob Print überhaupt noch einen Stellenwert hat. Analoge Lösungen sind Kostbarkeiten wie Pralinen zwischen schnöden Schokotafeln. Kann man auf sie verzichten? Ja, aber es würde definitiv etwas fehlen!

Herzliche Einladung:

Verborgene Schätze

Stoff(e) der Zukunft

Dienstag, 7. Dezember 2021

von 17:00 bis 18:30 Uhr, online

Müssen wir Nachhaltigkeit neu erfinden oder gibt es vielleicht verborgenen Schätze, die wir nur heben müssen und nutzen können? In unserem Expertentalk gehen wir auf Schatzsuche. Wir möchten heraus-

finden, ob sich Nachhaltigkeit nicht auch im gesellschaftlichen Miteinander manifestieren kann und wie es gelingt, Ökonomie und Ökologie zu verbinden. Mit dem Fokus auf neue Ideen für die Verpackungsbranche finden wir „Hidden Treasures“: Unternehmenswerte in 3D, gestalterische Wertschöpfung und der Blick über den berühmten Tellerrand hinaus ergeben eine spannende Gesprächsrunde, die verschiedene Ansätze vereint und dennoch ein gemeinsames Ziel hat – lässt uns den Stoff der Zukunft spinnen!

Dabei sind:

Katrin Oeding, WILDPLASTIC, Hamburg

Soraya und Max Kühne, Paperlux, Hamburg

Florian Pfeffer, one/one, Bremen

Moderation: Sabine Reister und Ricardo Normann, Hamburg



*Und hier gehts zur Anmeldung
zum Expertentalk der IGEPA Akademie!*

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.

ZUKUNFT

Nullnummer



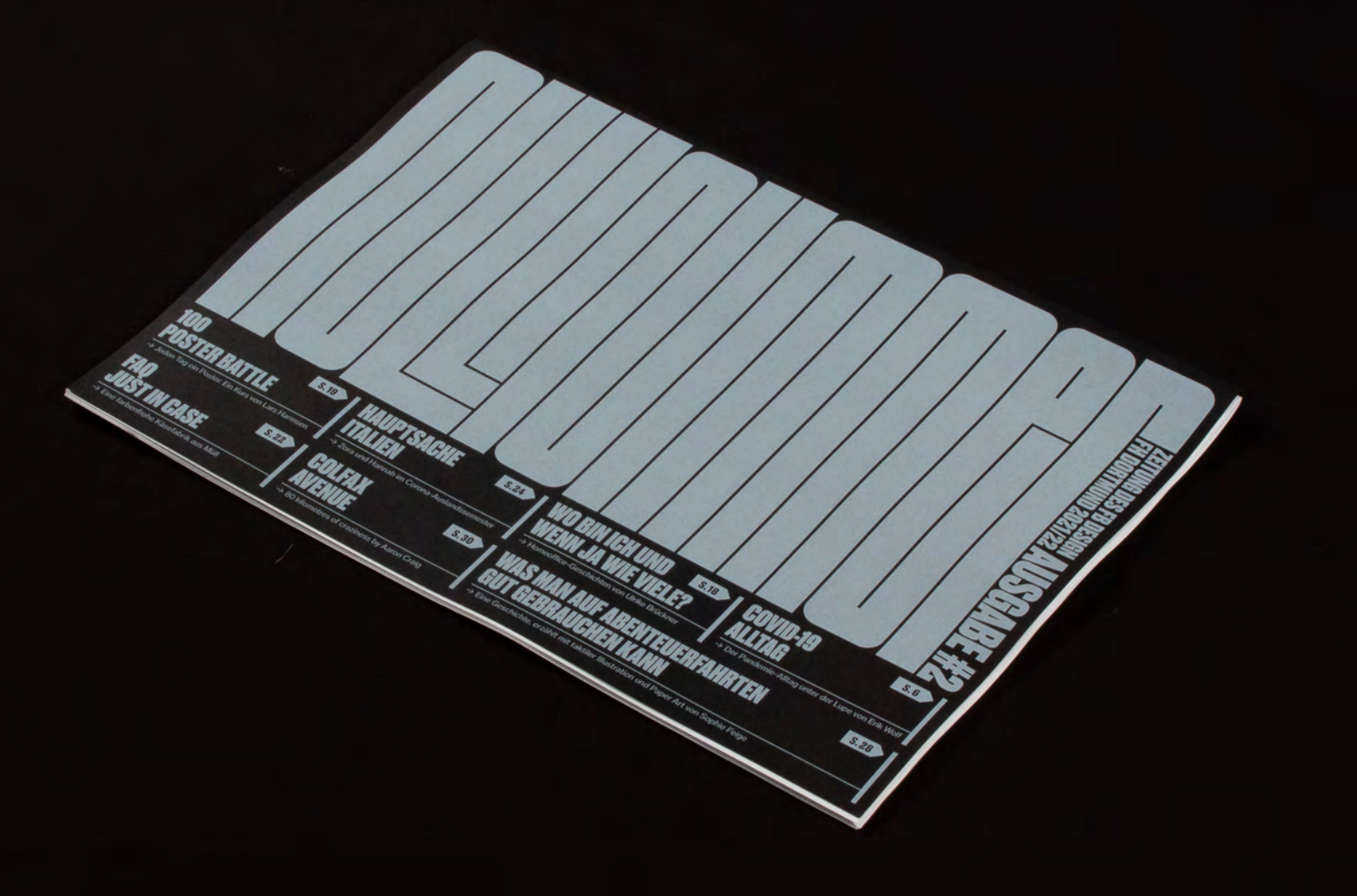
Große kleine Kinderschuhe

Da ist sie nun. Die zweite Ausgabe der Nullnummer. Von Jonas Brüggemann ins Leben gerufen hat die studentische Zeitschrift nach ihrem fulminanten Auftakt letztes Jahr nun einen Nachfolger präsentiert. Auf der Frankfurter Buchmesse innerhalb weniger Tage vergriffen, hat unsere Redaktion erst einmal ungeduldig warten müssen, bis sie uns auf Umwegen doch nun endlich erreicht.

Die Zeitschrift des Fachbereichs Design der Fachhochschule Dortmund soll nun eine Lücke füllen, als konstanter Begleiter, um der Vielfalt der Student*innen

Stimme zu geben. Ein demokratisierendes Medium, völlig autonom, von der Gestaltung zum Druck ein Produkt von Studierenden für Studierende. Für den Fachbereich ein gewaltiger Schritt nach vorn, Arbeiten und Studierende fachübergreifend zu vernetzen, das verlief lange schleppend. Wie an vielen deutschen Hochschulen. Förderung fehlt, die finanziellen Mittel sowieso. Viel zu häufig werden studentische Projekte abgewunken, für nichtig, oder kurzlebig befunden.

Es wäre fatal, die Nullnummer abzustempeln. Als eindimensionales Projekt. Als Auswuchs studentischen



Großmutes. Als Beobachter eines universitären Umfeldes, dessen Interessen und Themen an der wirklichen Welt vorbeiführen. Tatsächlich aber schafft die Zeitschrift Möglichkeiten, fördert und fordert interdisziplinäres Arbeiten, schafft eine Plattform für Vielfalt, Austausch und Vernetzung. All das von und für die Zukunft der kreativen Industrie. Von morgen und von übermorgen. Und schon fast ganz nebenbei trifft sie gestalterische Nuancen wie keine Zweite. Spielerisch und ohne jeglichen Wankelmut wird mit der Gestaltung umgegangen. Die Typografie ist zum ausdrucksstärksten Merkmal der Nullnummer geworden, ist klar positioniert, stark. Gestalterische Elemente unterstützen gekonnt die Inhalte, und das Bildmaterial ist — wie auch anders möglich am Fachbereich Design — kuratiert und auf den Punkt gebracht. In der fertigen Nullnummer bleibt kaum mehr Raum für mehr, fast jeder Zentimeter der Zeitschrift ist gefüllt mit Ideen, Geschichten, Menschen. Abwechslungsreich, in Inhalt und Gestaltung, lädt sie ein, zum versinken, zum Blättern und staunen. Die Freiheiten, die der Redaktion zugestanden werden, sind auf jeder Seite spürbar. Das

Team der zweiten Ausgabe, bestehend aus den Studenten Lars Allenberg, Helmut Bauer, Matz Mühle und Vinzenz Neugebauer machen die Leichtigkeit zwischen den Zeilen lesbar. Diese Freizügigkeit ist wichtig, denn die Nullnummer wird weitergereicht, vom jungen studentischen Volk der FH Dortmund wie ein papierener Staffelstab. Keine Ausgabe soll ihrem Vorgänger nacheifern, kein/e Student*in soll wiederholt die Schirmherrschaft für die Zeitschrift übernehmen. So profitiert sie vom Ideenreichtum der immer Neuen und nimmer satten Studierendenschaft, vom experimentellen Umfeld und der Förderung von Lehrenden und Dozent*innen.

Klar, die Nullnummer steckt noch in ihren Kinderschuhen. Wer sie aber jetzt abtut, wird schnell merken, dass aus den Kinderschuhen große Fußtapfen geworden sind, die weit über die Grenzen der Fachhochschule hinaus gehen.

[instagram.com/nullnummer_](https://www.instagram.com/nullnummer_)
nullnummer@fh-dortmund.de

KOLUMNE

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

KREATIVITÄT IST DOCH ERST EINMAL ETWAS SCHÖNES... UND AUF DEN ZWEITEN BLICK?

Hand auf's Herz...wer mit einer solch wunderbaren Begabung gesegnet ist, kann doch nur beneidet werden!? Mit Kreativität immer wieder Neues erschaffen, wer möchte dies nicht können.

Über unsere fünf Sinnesorgane nehmen wir unsere gesamte Umwelt auf. Daher lässt sich Kreativität auch universell einsetzen – ob mit Worten, Bildern, Materialien, Klängen, Düften, Aromen..

Ziel der Kreativität ist es „eigentlich“ etwas Neues oder Originelles zu schaffen, dabei soll es von Nutzen sein, brauchbar und erlebbar. Sagt man. Denkt man. Und wenn alles gut läuft bewirkt Kreativität auch genau dies. Kreativität kann schöne Erlebnisse erzeugen, Emotionen oder Perspektivenwechsel. Kreativität kann motivieren und begeistern. Doch auch das Gegenteil kann eintreffen.

Kreativität ist Macht!

Macht nimmt Einfluss auf Denk- und Verhaltenswahrscheinlichkeiten. Kreativität bewirkt genau das!

Macht steht für Durchsetzungsvermögen, Unterordnung und Manipulation. Auch das macht Kreativität!

Macht wird in Verbindung gebracht mit Stärke, Kraft und auch Machtmissbrauch... Kreativität leider auch!

Die dunkle Seite der Macht!

„Willst du den Charakter eines Menschen erkennen, so gib ihm Macht.“ so wird der ehemalige US-Präsident Abraham Lincoln zitiert.

Und? Welchen Charakter hast du?

Kreative müssen sich ihrer Verantwortung bewusst sein und müssen sich entscheiden auf welcher Seite der Macht sie mitspielen wollen.

Katja – Team Schwarz

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

#4

ERSCHEINT IM FEBRUAR 2022!

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: Julietta Weimer

DESIGN OFFSET IST TEIL
DER IGEPA SELECTION

#SIMPLIFYPAPER

Druck

Lensing Druck GmbH & Co. KG

Papier

Gedruckt auf Design-Offset 120 g/m²,
Design-Offset; 300 g/m² und
Caribic Rosa 120 g/m²
Geliefert von Freytag & Petersen GmbH & Co. KG/
Igepa Group

Aboservice / Vertrieb

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

Mitarbeit an dieser Ausgabe

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

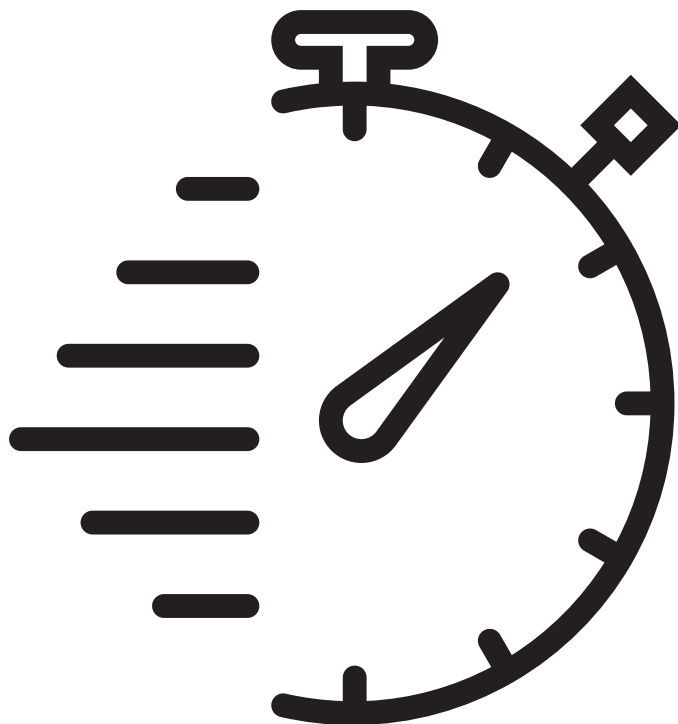
✕ ▲ ■ ● ◆
SELECTION
BY IGEPA



Das nächste Designbüro, die x-te Werbeagentur oder eine weitere Kreativschmiede. Mehr als nur ambitionierte, kreative Köpfe mit Visionen? helloyou. erstmal. Und um darauf einzugehen: Ja und nein. Denn als Designer:innen mit Herz fürs Marketing bringen wir diese beiden Felder zusammen, denn was nützt das schönste Design, wenn es niemand sieht? So arbeiten wir täglich mit einem breitgefächerten Netzwerk an Spezialist:innen an unserer Idee von modernen Design. Immer im Blick: Unsere Werte Kreativität, Authentizität und Diversität. Da wir diese drei Werte nicht einfach dahin schreiben ,sondern durch und durch sind, sehen wir Dinge eben von Natur aus anders, aus unterschiedlichen Blickwinkeln und liefern so kreative Ideen für Unternehmen und Organisationen, die auf den individuellen Bedarf zugeschnitten und eben nicht von der Stange sind. Anders aber schön.



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

