

schwarz

MAGAZIN FÜR INNOVATION & RISIKO

05
2022

**print
meets
pop**





EDITORIAL

No Future?

Liebe Leserinnen und Leser,

aber nicht doch. In unserer neuen Ausgabe beschäftigen wir uns mit der Ungewissheit, der Zuversicht und der Sorge was unsere nähere Zukunft angeht. Aber nicht im Allgemeinen, das möchten wir in diesen heiklen Zeiten weder uns noch Ihnen zumuten. Panzer, Bomben und diktatorische Arschlöcher bestimmen täglich die Nachrichten, unsere privaten Gespräche und Diskussionen. Nein, wir möchten uns im Schwarz Magazin ein Bild über unsere berufliche Zukunft machen. Genauer, die Zukunft aus der Sicht der Kreativen und Kulturschaffenden. Auch wenn wir uns sicher sein dürfen, dass ab einem bestimmten Punkt die Fäden zusammenlaufen und ein Bezug zum politischen Geschehen in Europa auch für die Kreativbranche spürbar sein wird.

Doch bleiben wir optimistisch und widmen uns der zweitschönsten Sache der Welt, den Medien. In all ihren wunderbaren Ausdrucksformen. Künstler*innen aus den Bereichen der Musik, der Literatur, der Entwicklung, der Kunst, der Fotografie und dem Design, trauen sich einen Blick auf die nächsten Jahre zu werfen. Was wird sich ändern, was nicht, Wünsche werden ausgesprochen und Hoffnungen zerstört. Alles ohne Gewissheit aber mit Überzeugung, resultierend aus der Kompetenz unserer Protagonistinnen und Protagonisten in den entsprechenden Disziplinen.

In manchen Bereichen ist ein Wandel, eine Änderung schon seit vielen Jahren zu verfolgen. Beispielsweise in der Musik. Schleichender aber ebenso effektiv in der

Literatur. Mit Furore und gefühlt plötzlich wird die Kunstwelt auf den Kopf gestellt. Andere Bereiche wollen sich entwickeln und können nicht. Alles unfair, oder doch nicht? Auf jeden Fall versprechen wir Ihnen spannende Prognosen und nichts Genaues. Von Menschen die es auch nicht wissen können.

Sind nicht die spannendsten Themen die, die niemand auf Richtigkeit überprüfen kann? Wunderbar können wir spekulieren und mutmaßen. Auch wenn Vieles schon offensichtlich und vorhersehbar ist, der Spielraum für Spekulationen über die Zukunft in den Medienwelten bleibt groß. Oder?

Es lebe die Zukunft!

Carsten Gritzan, Chefredakteur



MADE IN FINLAND

DICKJOHNSON.DE

NOW IN GERMANY

In dieser Ausgabe

#5



100

Cankuna Campers

Print-Doku – Teil 2



20

Miriam Frank

Vom Glück, etwas Neues
nicht zu verstehen



36

Faile

Ein High Five
und ein Fuck Yeah



46

Prägemanufaktur

Die Sehnsucht nach Haptik



60

Jürgen Lossau

Große Ideen für kleine Geschichten



64

Sebastian Trägner

Türen eintreten und
Träume liegen lassen



56

Jan Jonas

My Collection Grading



78

Jan Schwarzkamp

Das Schließen der Schubladen



12

Nerdindustries

Erst machen, dann laut sein



Maria Knaub

Wenn Maria erzählt...



84

Bernadette Schweihoff

Vom absurden Gefühl, frei zu sein



28

Dirk Bernemann

Sich selber aushalten



52

Stefan Schindler

Der Fluch der Fälscher



88

Roman Gilz

Mit offenem Visier

106 Impressum

104 Kolumne

94 Workshop

75 Randale

3 Editorial

5

Bernadette Schweihoff

Vom absurden Gefühl, frei zu sein

von Becky Emily Mount

Ich bin mir sicher, die Nervosität ist mir ins Gesicht geschrieben, als ich mich vor meinen Bildschirm setze. Wie die Protagonistin in Bernadette Schweihoffs Debüt *Treiben* stelle ich mir meine heutige Interview-Partnerin als starke, gefestigte Frau vor. Feministin, ihre Sexualität lebend, liebend, präsentierend. Einschüchternd. Ich im Gegensatz hab zu

wenig erlebt, zu wenig gelebt. War nicht in Sibirien, habe mir nicht meine Nippel zu Eis gefrieren lassen, nur um darauf hin ein fulminantes, erstes Graphic Novel Debüt hinzulegen. Nein. Ich sitze vor meinem viel zu teurem Laptop im warmen Homeoffice und mime. Ich kann dich nicht hören, versuche ich Bernadette weiß zu machen. Tippe umständlich an mein Ohr. Bis Bernadette ihr Mikro einschaltet, ist das Eis gebrochen. Wir lachen, und ich gestehe ihr direkt meine Nervosität ein. Ganz klar, Professionalität liegt mir am Herzen.

Bernadette ist herzlich, irgendwie weich. Sie ist die Art Mensch, die umarmt, und nicht die Hand schützt. Trotz der digitalen Distanz merke ich das schnell, fühle mich in der Wärme des Gesprächs wohl. Ich bin überrascht, habe sie mir ganz anders vorgestellt, und erwische mich erneut dabei, dass ich zu schnell urteile. Bilder, Bücher, alles Einbildung.

„Wo soll ich anfangen. Eigentlich kann ich sagen, dass ich schon immer Kunst studieren wollte. Und das ist nicht so den ganz geraden Weg gegangen.“

Früh verschreibt sich Bernadette dem Kreativen, und springt einfach selbst ins kalte Wasser. Mit 16 zieht es

die Halbbayerin nach Wien, um dort an einer Modeschule ihre Matura zu machen. Allein. Das reicht schon, um mich zu beeindrucken. Mit 16 hab ich mich noch mit meiner Schwester gegenseitig durchs Haus gejagt, mit Kleiderbügel bewaffnet, immer während auf den Kopf zielend. Die Zukunft war für mich noch Lichtjahre weit entfernt.

Nach ihrem Abschluss studiert sie Kunst auf Lehramt, erfüllt sich ihren Traum. Kaum hat sie aber ihr Staatsexamen in der Hand, zieht es sie schon wieder weiter, nach New York. Sie muss raus, fremde Luft atmen. Also studiert sie Zeichnung und Malerei unter dem amerikanischen Künstler Robert Cenedella, verdient sich mal auf mehr, mal auf minder legalen Wegen ihren Lebensunterhalt. „Nach einem Jahr waren wir dann auch pleite und sind zurückgekehrt“, erzählt Bernadette mit einem Augenzwinkern.

Angekommen in Berlin, arbeitet sie nun als freischaffende Künstlerin, zieht immer wieder um, von Ost-Berlin nach West-Berlin. Irgendwann landet sie im Haus eines älteren Ehepaars, und darf dort den Dachboden als Atelier missbrauchen. „Ich durfte da zeichnen. Es gab zwar keine Heizung und nichts, aber das war egal. Dann habe ich da oben gemalt. Und währenddessen habe ich mich an Akademien beworben. Ich hab mich 17 mal an verschiedenen Akademien beworben, und habe jedes Mal eine Absage bekommen. Ich hab also fast 4 Jahre lang versucht, irgendwo reinzukommen.“ Während die Akademien Bernadette eine Absage nach der nächsten zukommen lassen, bestreitet sie aber ihren Lebensunterhalt mit eben dieser Malerei. Sie verkauft ihre Werke, und stellt aus. Trotzdem. Gänzlich unbeeindruckt lässt sie das nicht. Sie reflektiert, und stellt fest: Vielleicht ist es



Bernadette Schweihoff

ja doch nicht die Malerei und die Kunst. Ein Moment der Viele sicher in eine tiefe Krise gerissen hätte. Seit sie denken kann, will Bernadette Kunst studieren, die Malerei leben. Ein Traum, der sie von Bayern bis nach Wien, New York und Berlin hat ziehen lassen, für den sie vieles aufgab, der sie vieles lehrte. Ende 20 packt sie also diesen Traum weg, um einen Kredit aufzunehmen und Illustration zu studieren.

Ich atme tief durch.

Auf kürzeste reduziert, von vielen Lachern und Schmunzeln begleitet, habe ich das Gefühl, ich wäre gerade durch 10 Jahre gerannt. Ich schaue auf die Uhr. Keine 6 Minuten sind vergangen seit unser Gespräch begonnen hat. Bernadettes Durchhaltevermögen beeindruckt mich aufs Tiefste. Die Kraft, die sie aufgebracht hat, um diese Zeit und diesen Traum dann doch hinter sich zu lassen, scheint mir schier unmöglich. 6



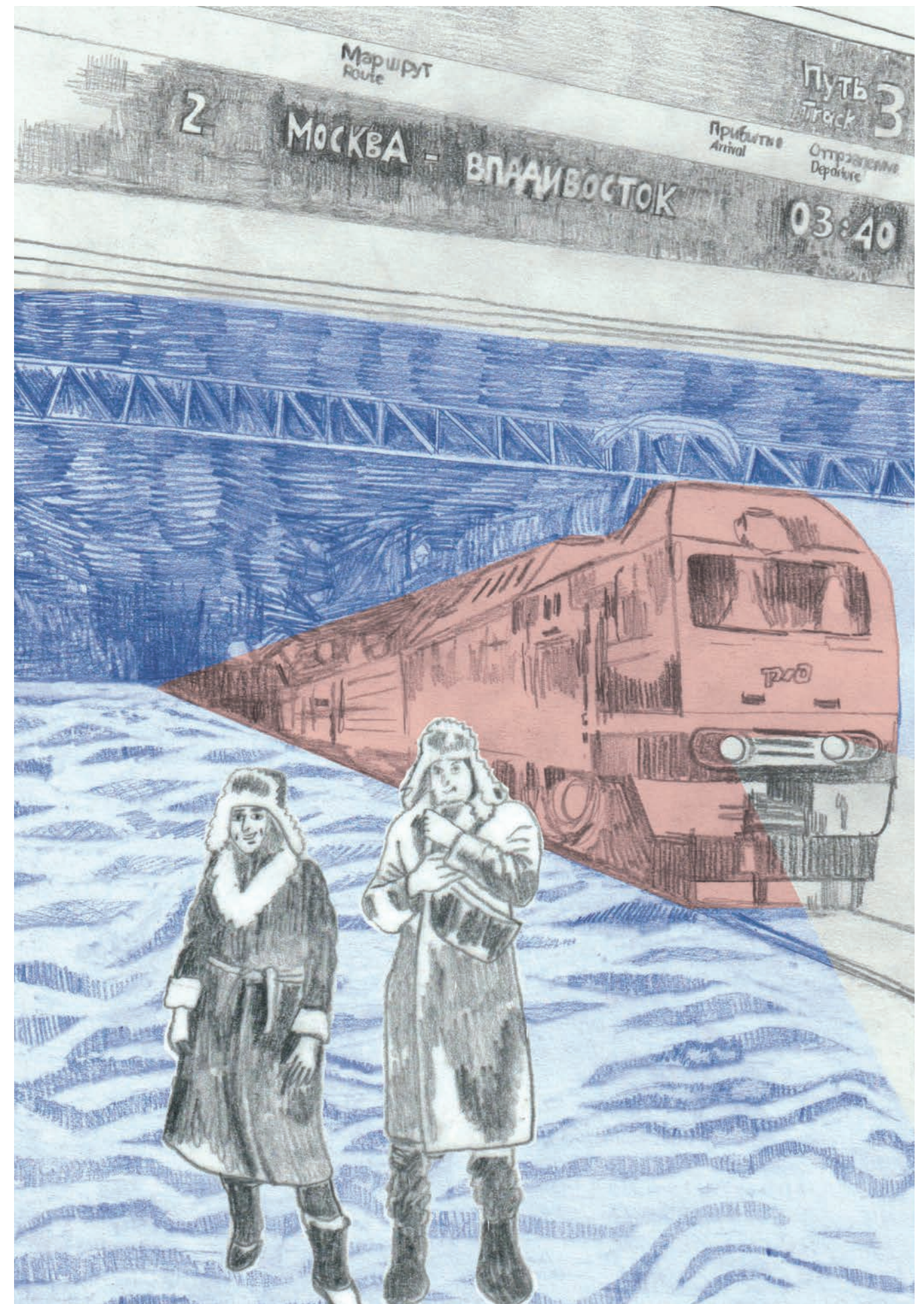


abbiegen und vielleicht mal gegen eine Wand fahren, das gehört irgendwie dazu. Auch die Transsibirische Eisenbahn hat sich ihren Weg zum Ziel gemacht. Auf den schier unendlich wirkenden 9288 Kilometern zwischen Moskau und Wladiwostok rattert sie über eisige Schienen, von Europa bis nach Asien. Zwölf Jahre lang träumt Bernadettes Freund schon von dieser Reise. Nicht im Sommer, um die harschen Temperaturen zu umgehen, aber im Winter. Dann hüllt lebensfeindliches Wetter ganz Sibirien in einen Winterschlaf, angemessene Kleidung ist nicht mehr optional, sondern lebenserhaltend. Irgendwann reicht es Bernadette. Sie will nicht mehr nur zuhören, sondern machen. Es ist nicht ihr Traum. Die Trans Sib, wie sie liebevoll genannt wird, muss nicht von ihrer Bucket List abgehakt werden. „Erstmal gucken“ denkt sie, „eigentlich sieht man da ja nur Bäume und sonst nichts. Was soll da schon großartiges passieren, außer dass ich im Zug sitze? Und dann haben wir diese Reise gemacht, und ich kam wieder und dachte mir: Krass, das hat etwas mit mir gemacht. Das war ein Gefühl, das würde ich gerne festhalten. Aber wie hält man ein Gefühl fest?“

Zurück in Berlin fängt Bernadette einfach an. Zu Zeichnen, zu schreiben – das Ziel: ihren Gefühlen irgendwie Ausdruck zu verleihen. Begleitet von Tagebucheinträgen, Fotos, Musik, russischer Schokolade und der österreichischen Comiczeichnerin Ulli Lust entsteht dabei *Treiben*. Zwei Jahre lang erzählt Bernadette ihre Erlebnisse nach, lässt sich von ihren Erinnerungen immer wieder zurück in die Reise treiben. Wild, detailreich und etwas unverschämt ermöglichen ihre Bleistift-Zeichnungen einen Blick auf ihr Inneres, lassen Teilhaben an einer Reise, die wohl die Wenigsten so erfahren werden. Das Ergebnis ist eine intime Berichterstattung über Sexualität, und weibliche Lust. Die Erzählung vom Erlebten ihrer Reise und ihrer Entwicklung ist offen, stark. Sie erzählt von der gefundenen, und doch so flüchtigen empfundenen Freiheit auf den eisigen Schienen, mitten in der sibirischen Wildnis. Russland. Und Freiheit. Selten ebenbürtig in den Kontext gebracht, für Bernadette aber doch genau das. „Ich bin als Frau nie frei. Aber ich habe Freiheit an einem Ort erfahren, an dem es absurd ist, dass man sich frei

Minuten später also erfährt mein Urteil einen erneuten Sinneswandel. Ja, Bernadette ist herzlich. Und irgendwie weich. Ihr Lachen steckt an, ihr Erlebtes und Gelerntes teilt sie mit Freude. Vor allem aber inspiriert sie, geht unaufhaltsam und kämpferisch ihren Weg und beweist, dass Stärke, Willenskraft und Durchhaltevermögen keine dicken Eier brauchen. Trotzdem profiliert sie sich nicht über ihren Werdegang, ist nun mal den Weg gegangen, der sich ihr erschloss.

Dass besonders bei Kreativen und Schaffenden oftmals der Weg das Ziel ist, ist mir in den vielen Gesprächen und Interviews für Schwarz schon häufig klar gemacht worden. Kein Weg ist geradeaus,



© Edition Moderne



© Edition Moderne

fühlt. Wie kann es sein, dass ich mich als Frau zu diesem Zeitpunkt, in dieser Kabine mitten in Sibirien frei fühlen kann? Wie abwegig ist das eigentlich? Aber das ist ein Gefühl, das aufgetaucht ist bei dieser Reise. Da kann man machen was man möchte, es ist einfach da.“

„Wenn man sehr intim ist, und ehrlich ist, dann macht einen das angreifbar.“

Es ist leicht ein so intimes Buch wie *Treiben* zu beurteilen, verurteilen. Zu wenig Bezug zur Realität in Russland, schreien die einen. Zu wenig und dann doch mal zu viel Erotik und Freizügigkeit, krakeelen die anderen. Bernadettes Ehrlichkeit, die Momentaufnahmen ihrer eigenen Gefühlswelt machen *Treiben* aus. Während

Inhalte heute bis zum äußersten kuratiert werden, um die Angriffsfläche zu minimieren, wirkt das zunächst ungewohnt. Schockierend, wenn sich die Leserschaft nicht in Bernadettes Handeln und ihren Gefühle wiederfindet, wenn politische Themen nur angedeutet werden, und nicht benannt. Wieder einmal fasziniert mich die Erwartungshaltung der Gesellschaft an eine weiblich gelesene Person aufs Neue. Und es fällt mir auf, dass das eigenmächtige Zusammentragen von Wissen und Meinungen gern auf Schlafenden abgeladen wird. So ist es doch bequem. „*Treiben ist anders politisch. Ich denke es ist legitim in unserer Zeit, dass man nicht radikal sein muss, sondern dass man auch sanft sein darf. Und vorsichtig, und sensibel. „Ich wollte ein Gefühl festhalten. Und das darf man“*“, befindet Bernadette, zieht ihre Schultern nach oben.

Lang reden wir noch über Bernadettes Intentionen, ihrem Drang ihren Gefühlen Raum zu geben, sie zu komponieren. Ich erkenne mich oft wieder, in diesen kleinen Momenten in denen Bernadette sich viel weniger zuschreibt als sie es doch eigentlich könnte. Sie hat es geschafft, das unfassbare fassbar zu machen. Ihre Gefühle zu Wort und Bild umzuwandeln, und hat dabei einen Einblick in eine unendlich faszinierende Landschaft und Frau geschaffen.

Erst nach dem Gespräch mit Bernadette lasse ich mich auf *Treiben* ein und habe unentwegt das Gefühl, Bernadette zu spüren. Wie ein Rucksack werde ich geschultert und mitgenommen, darf lauschen, lesen und entdecken, bin nah an ihren Gefühlen und Erlebnissen. Begleitet von Bernadettes Stimme werde ich entführt in die Sibirischen Wälder, Mafia-

Friedhöfe und tauche in ihre eigene Gefühlswelt ein. Sinnlich erzählt sie von den Zwischentönen, und von dem, das sich nicht in Worte fassen lässt. Gemeinsam streifen wir russische Stereotype und Ungerechtigkeiten, an ihrer Hand fühle ich mich nicht wie ein Zuschauer, sondern bin Teil ihrer Reise. Ich lasse mich fallen, und erwische mich dabei, wie ich friere – die eisige Wildnis Russlands hat es bis in meine Knochen geschafft.

www.bernadetteschweihoff.de

www.instagram.com/bernadetteschweihoff

www.editionmoderne.ch

www.instagram.com/editionmoderne



WER
DAS
LIEST
IST
DOOF.

→ <https://editionmoderne.ch>

Edition
Moderne

grafische
Literatur



TITELTHEMA

Nerd-Industries

Erst machen, dann laut sein

Der Informatiker Christoph Mäsichig und Creative Director Mathias Keswani gründen 2009 in Hamburg das Unternehmen Nerdindustries. Der Name ist Programm. Eine Firma von Nerds für Nerds soll es werden, die Tools und Produkte für Leute entwickelt, oder besser erfindet, wie sie es sind. Selber bezeichnen die beiden das Vorhaben heute als naiv. Die Entwicklung und die Zeit geben den Gründern jedoch recht. Heute zählen Großunternehmen wie Adidas, Google, Daimler, Porsche, Sennheiser, AUDI, Otto und viele weitere, zum festen Kundenstamm. Wie es ist, der Zeit immer mindestens einen Schritt voraus zu sein, die Balance zwischen Kreativität und Unternehmensführung zu meistern, den Umgang mit der "Innovation" in richtige Bahnen zu lenken, ohne den Gründungsgedanken aus den Augen zu verlieren, erzählt uns Mathias Keswani.

„Die ersten Jahre waren schon anstrengende Lehrjahre für uns. Es hat lange gedauert, um das was wir machen wollten, in eine verständliche Form zu gießen. Technische Innovationen, Erfindungen, dafür gab es in Deutschland ja keinen Markt. Kurz nach Facebook, war Social-Media und Online-Werbung der digitale Standard. Wir waren eben sehr früh dran mit unseren Ideen. Auch der Begriff Nerd war eine kleine Zumutung für die Öffentlichkeit, viel anzufangen wussten die Leute damit nicht. Drei Jahre lang haben wir uns fast ausschließlich mit Agentur-Aufträgen

© Nerdindustries



Office Hamburg © Nerdindustries

aus dem Bekanntenkreis über Wasser gehalten. Das war unser Brot- und Buttergeschäft.“

Einnahmen wurden stets in die Firma gesteckt, um Projekte zu realisieren, für die ursprünglich Nerdindustries gegründet wurde. Die Ergebnisse wurden öffentlich gemacht, ein Netzwerk wurde gesponnen. So entstand nach und nach eine wachsende Reputation. „Eigentlich ging es 2012 erst richtig los.“ Vor dieser Zeit

hatten Werbeagenturen noch eine klassische Struktur. Grafikdesign, Webdesign, Social Media, das waren die Kerngeschäfte, die maximale Innovation. Entsprechend beschränkte sich die Nachfrage von Kundenseite auf diese Bereiche. Verständlich, weil Unternehmen wie Nerdindustries, mit völlig neuen Entwicklungsansätzen, konzeptionell in den Köpfen der Unternehmen und Agenturen noch nicht stattgefunden haben. Schon als die beiden Gründer Mathias und Christoph



Adidas Instore Experience © Nerdindustries

sich in ihrer Anstellung bei Jung von Matt kennengelernt hatten, war diese Sackgasse der Motor, um Nerdindustries ins Leben zu rufen.

Die DIY-getriebene Art Dinge anzugehen haben die Nerds im Blut und ist immer noch ein wichtiger Faktor in ihrem Unternehmenskonzept. „Wenn es etwas nicht gibt, schaffe es. So fing alles an. Nachts, in Christoph's Küche, bei einigen Bieren wurden die ersten Ideen entwickelt und umgesetzt. Sonst hatten wir im Grunde keine Ahnung von nichts. Wir hatten kein Business-Modell, keiner von uns hatte jemals ein Angebot geschrieben. Zwei infantile Typen, die sich selbstständig gemacht haben. Um seriös zu wirken, wurden Anzüge gekauft, in denen man wie der letzte Depp aussah. Danach wurde der Hoodie eigentlich nicht mehr ausgezogen. Die Wichtigkeit von Authentizität musste sich erst entwickeln.“

Nun sind Geschichten wie diese umso sympathischer und inspirierender, wenn später auch der Erfolg einsetzt. Mit der Start-Up-Welle aus Silicon Valley, mit ihrem Ideenreichtum und vor allem mit ihrem Erfolg, nimmt auch das Konzept von Nerdindustries Fahrt auf. Die Entwicklung in den USA beeindruckt die Vorstände hierzulande und versetzt die Firmen ein wenig in Panik. Was gut ist, ändert sich so auch in Deutschland die Denkweise. Die Angst macht sich breit, dass die bestehenden Geschäftsmodelle mit der revolutionären Gangart nicht mehr mithalten können.

Die Nerds sind nun prima aufgestellt, die Ideen und das Know How sind ohnehin da. Also zurücklehnen und die Anfragen sortieren?

„Wir sind zwar Teil der Medien- und Werbebranche, doch gibt es zu viele Dinge in diesen Bereichen, die nicht unserer DNA



Bilder: Porsche – Hall of Legends © Nerdindustries

entsprechen. Das was Agenturen machen, liegt noch immer fernab von dem was wir wollen. Wir dienen oft nur als Tool, um bei den Unternehmen sagen zu können. 'Wir machen den heißen Scheiß, wir haben Nerdindustries mit im Programm'. Was man oft vergisst ist, dass Kunden aus einem bestimmten Grund eine Agentur auswählen. Wenn ein Unternehmen zu einer Agentur wie Jung von Matt geht, möchte sie kreative Exzellenz und Awards, aber



keine Innovation. Und zu uns kommen die Kunden nicht, wenn sie etwas brauchen, was andere viel besser können. Wie zum Beispiel digitale Kampagnen. Zu uns kommen Kunden dann, wenn sie etwas brauchen, was es bis dato noch nicht gibt und wofür sie noch keine Lösung haben. Und das Zusammenzubringen, mit dem klassischen Programm einer Agentur, funktioniert nur sehr überschaubar.“

Viel Aufmerksamkeit konnte Nerdindustries durch Mund-zu-Mund-Propaganda, durch Veranstaltungen und Präsentationen wecken. Interessant ist, dass zu erst die Projekte realisiert werden, ohne Antragstellung, erst dann mit dem Projekt der Kontakt zu den Unternehmen gesucht wird. „Ich habe die Firma immer wie eine Band gesehen. Platte, touren, Platte, touren. Raus auf die Bühne, den Leuten zeigen was man kann, was man macht. Authentisch sein und schauen, ob es jemand geil findet.“ Die Herangehensweise ist nicht nur beeindruckend, sie funktioniert auch. Auf diesem Weg wurden Kunden wie Adidas oder Red Bull für sich gewonnen.

„Der Zeitgeist, wie wir momentan leben, durch das Leben hetzen, ist kontraproduktiv für dieses geduldige Medium Papier.“

Die gemeine Frage über die Zukunft der Medien- und Werbewelt lässt sich für unsere Ausgabe nicht vermeiden. Nerdindustries selbst ist ein Teil der Zukunft auf dem Markt. Weil sie Erfinder sind. Entwickler, die Dinge realisieren, an die wir noch nicht denken. Von denen wir nicht wissen, dass es sie mal geben wird oder irgendwann der heiße Scheiß sein werden. Dinge, von denen wir noch nicht ahnen, dass wir sie brauchen wollen.

Tipp der Redaktion:
TO ALL THE CODERS,
CREATORS, HACKERS &
MAKERS
Der Online-Store
von Nerdindustries
www.nerdindustries.store

schwarz magazin

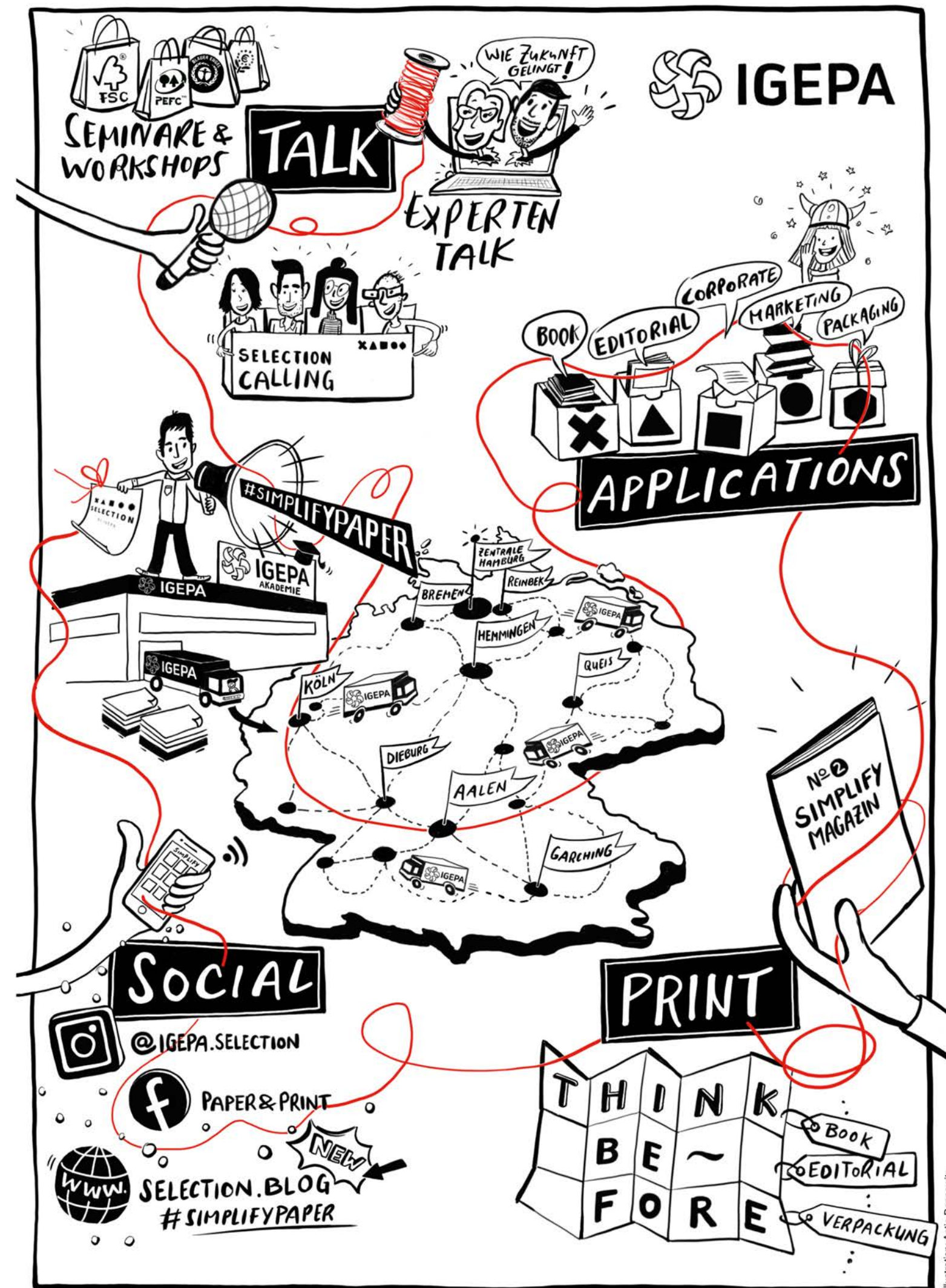


Illustration: Anje Demnewitz

Aber wie sieht es mit den klassischen Agenturen aus? Ob Print oder digitale Lösungen, sind das überhaupt die wichtigen Fragen?

„Was die Zukunft der Werbebranche angeht, stelle ich einige Dinge fest, bei denen ich nicht weiß, wo sie hinführen. Mir fällt es schwer zu definieren, was noch das Ziel dieser Branche ist. Ich kann auch nicht sagen, wohin sich der Werbemarkt entwickeln wird. Ich selber würde heute keine Werbeagentur gründen. Weil ich nicht wüsste, was meine Leistung von der Leistung der anderen unterscheiden könnte. Ich habe das Gefühl, dass der ganze Markt nur noch preisgetrieben ist und die Unterscheidungen der Agenturleistungen so marginal sind, dass es schließlich egal ist, zu wem ich gehe. Vor einigen Jahren hatten die Agenturen alle noch einen eigenen Fingerprint. Als Kunde wusstest du genau was du bekommst, wenn du zu einer bestimmten Agentur gehst.“

Um diesen Fingerprint aufrecht zu halten wird sich die Werbebranche vielleicht in eine Welt der Freelancer aufteilen, die durch ihre Netzwerke in der Lage sind, komplexere Prozesse zu realisieren. Im Idealfall verschiebt sich der Wert wieder auf die reine Kreativität und nicht auf die Reputation der Agentur und öffentlichkeitswirksame Coups.

Und wie sieht es mit der Zukunft im Print aus? Auch hier findet Mathias einleuchtende Argumente, die den Druck, gerade bei Büchern, nicht für tot erklären. „Bei Büchern merke ich, zumindest in meinem Umfeld eine Trendwende. Weg von digitalen, hin zum physischen Buch. Der Vinyl-Effekt. Was die Branche machen könnte, wäre ein physisches Buch zu emotionalisieren. Ein gutes Beispiel sind die Harry Potter-Veröffentlichungen. Gefühlt haben alle Kinder dieser Welt wieder gelesen. Die Leute

standen Schlange an den Buchläden. Das gab es seitdem nicht mehr. Die Verlagsbranche könnte viel mehr durch emotionale Kommunikation in der Werbung die jungen Menschen abholen. Stattdessen muss immer die gleiche Marketingmaschine herhalten. Es scheint, dass die Verlage sich darauf ausruhen möchten, zu glauben, dass sie ja die Zielgruppen, die Bücherwürmer haben. Das reicht denen. Es könnte viel mehr für junge Leute und Kinder gemacht werden. Print kannibalisiert sich selbst, gerade bei Zeitschriften. Das Geschäftsmodell ist nur darauf ausgelegt, durch Werbung ihren Journalismus zu finanzieren. Das ist natürlich Quatsch. Die Leute sollen für den Content, den sie lesen, bezahlen. Die ganze Branche hat nicht den Mumm, entweder die eine oder die andere Richtung einzuschlagen. Daran krankt das Ganze. Das Medium Zeitschrift ist nicht tot. Was wir nicht schaffen, ist sich überhaupt die Zeit zu nehmen wieder in Ruhe ein Magazin durchzublättern. Der Zeitgeist, wie wir momentan leben, durch das Leben hetzen, ist kontraproduktiv für dieses geduldige Medium Papier.“

Es gibt eine Vielzahl an großartigen Beispielen für die Arbeit von Nerdindustries. Ein Besuch im Web ist sehr zu empfehlen. Auch wenn eine Menge interessante Projekte dort noch nicht aufgeführt sind, wird deutlich, wo der Antrieb des Kreativ-Kollektivs liegt. Der Reiz was gänzlich Neues zu entwickeln. Den Nutzen auf die Kunden und schließlich den User zu übertragen, somit einen Mehrwert zu schaffen. Immer der Zeit zwei Schritte voraus zu sein und uns auf die sympathischste Art zu überfordern. Willkommen bei den Erfindern von Nerdindustries.

www.nerdindustries.com

www.instagram.com/nerdindustries

www.nerdindustries.store

Tipp: www.nerdindustries.com/products/arcade-board



Miriam Frank

Vom Glück, etwas Neues nicht zu verstehen

Die vielseitigen Ausdrucksformen der in München arbeitenden Künstlerin Miriam Frank sind ein beeindruckendes Beispiel dafür, wie moderne Gestaltung funktioniert. Ohne Klischees bedienen zu müssen oder sich in eine Schublade stecken zu lassen. Traditionelles Handwerk, mutige Illustrationen, Gemälde, Skulpturen und Kunst-Projekte vereinen sich in ein Gesamtwerk. In eine Person.

Obwohl Miriam mit einem Kunststudium liebäugelt, entscheidet sie sich vorerst für Kommunikationsdesign. Das Design-Studium in Augsburg soll der Start ihrer kreativen Laufbahn werden. Die Entscheidung ist wohl durchdacht und der Plan geht auf. Die unterschiedlichen Disziplinen im Studium kennenzulernen, entwickelt sich für Miriam zu einem guten, wichtigen Weg, herauszufiltern was sie eben nicht machen möchte.

„Ich bin ein Sicherheitsmensch. Früher vielleicht sogar getrieben von Angst. Der Gedanke später Geld verdienen zu müssen, hat mich von der freien Kunst abgeschreckt. Meine Mutter ist Grafikerin und hat sich später der abstrakten Malerei gewidmet. Da habe ich schon mitbekommen, dass dieser Weg nicht einfach ist.“

Alternativ zu den gestalterischen Berufen beschäftigt sich Miriam mit Meeresbiologie und überlegt viel-

Bild: © Miriam Frank



Durch das Tätowieren und ihren ganz besonderen Stil, durch die schrillen Motive, hat sich Miriam schließlich einen Namen gemacht.

„Über Freunde habe ich meinen damaligen Kollegen kennengelernt, der hatte schon ein kleines Atelier. Wir haben einfach einen Deal ausgemacht. Ich wollte das Tätowieren lernen und habe dafür im Laden ausgeholfen, auch mit Grafikarbeiten. So konnte ich mir auch schon Tipps abholen. Es war aber keine klassische Ausbildung. Wenn ich Zeit hatte, bin ich halt dahin.“

Eigene Kundenmotive zu tätowieren bleibt heute eine seltene Ausnahme. Wer zu Miriam Frank geht, erwartet auch nichts anderes. Gerade ihre spezielle Ausdrucksform ist gewünscht und begehrt. Ein Tattoo von



Miriam zu bekommen, bedeutet nicht anderes als sich Kunst geleistet zu haben.

Inspirationsquellen hat Miriam viele. Offensichtlich spielt die Popkultur eine große Rolle. Angelehnt an klassische Filmmotive, an ikonenhafte Wesen aus den Kulturen oder Bilder der Gesellschaft übersetzt Miriam in die für sie typischen Illustrationen, um sie später unter die Haut zu bringen.

Allerdings hadert sie zuweilen auch mit der sich daraus ergebenden Gefälligkeit der Motive. „Meine Illustrationen sind zwar an die Popkultur angelehnt und soll auch für diesen Typ Mensch sein, dementsprechend versuche ich das zu machen, was gefällt. Oft frage ich mich dann aber, ob ich damit genug sage.“ Hier blitzt die Künstlerin in Miriam auf. Der eigene, selbst auferlegte Anspruch die Kunst-Welten zu verbinden ist enorm hoch.

Miriam schnappt die gewonnenen Einflüsse schnell auf und setzt diese ebenso rasant um. Zum Beispiel auf Reisen, die sie sehr inspirieren oder direkt aus ihrem Alltag heraus. „Bei vielen Sachen muss es gleich passie-

ren, sonst verläuft es. Zum Beispiel kommt man aus dem Kino, ist begeistert und denkt: Muss ich machen. Auch während der Reisen, wie meinem Tokyo-Besuch, ist der Gedanke immer präsent, was später zeichnerisch daraus werden kann.“

Die Pandemie trifft Miriam natürlich ebenso hart wie viele ihrer Kolleg*innen auch. Gerade der Tätowier-Betrieb fällt über einen langen Zeitraum komplett aus. Wirtschaftlich muss das erstmal aufgefangen werden. Aus dieser belastenden Situation heraus macht Miriam das, was fast nicht anders zu erwarten ist. Sie nutzt ihre Talente und die Gelegenheit auf eine in ihre souveräne Art und Weise. „Corona hat mir erneut gezeigt, dass es ein großer Vorteil ist, in den Möglichkeiten seiner Arbeit breit aufgestellt zu sein.“

Schon vor Corona festigt sich der Gedanke, neben dem Tätowieren auch andere Projekte anzugehen. Miriam findet Spaß an Auftragsarbeiten. Malerei und kommerzielle Aufträge schließen die finanziellen Lücke in der Zwangspause.



Bild: © Miriam Frank

JEDE AUFLAGE. JEDES PAPIER.

Alles, was du schon immer
drucken wolltest.



METAPAPER

2023 AUF DEN
PRINT POP DAYS!

SEE YOU THERE!

metapaper.io/printfarm

Dein Marktplatz für Print



Bild: © Miriam Frank



Bild: © Miriam Frank

Das Tätowieren ist für talentierte Illustratorinnen und Illustratoren eine sichere Bank. Die Studios sind nicht selten über mehrere Monate hinweg ausgebucht und das Einkommen ist planbar. Diese komfortable Situation ermöglicht auf der Gegenseite zeitlich bedingt keine großen Sprünge in andere Bereiche, die es zu entdecken und auszubauen gibt. Die Pandemie hat aus der Not heraus eine solche Möglichkeit geboren. Wenigstens ein kleiner Vorteil, der aus diesem furchtbaren Virus gewachsen ist. Das jeweilige persönliche Verhältnis zum eigenen Beruf wurde hinterfragt und dieser im Idealfall neu interpretiert.

Eine von Miriam neu entdeckten Ausdrucksform ist die Arbeit an Skulpturen. Der Wechsel vom Zweidimensionalen ins Dreidimensionale übt auf die Gestalterin einen großen Reiz aus. „Das macht wahnsinnig viel Spaß und man arbeitet komplett anders. Ob das ein größeres Projekt wird, kann ich noch nicht absehen. Ich mag es etwas Neues anzufangen und es noch nicht zu verstehen.

So war es mit dem Tätowieren anfangs auch. Da sind nun die Herausforderungen vielleicht nicht mehr so groß. Man kann sich auf seine Erfahrungen berufen. Das ist was anderes als vor einem Material zu stehen und keine Ahnung zu haben. Wie reagiert es? Was kann ich falsch machen? Genau das brauche ich immer wieder.“

Die immer wieder aufkeimende Neugier an neuen Kunstformen schützt auch vor der Langeweile im Alltag. Immer wieder droht auch ein noch so kreativer Beruf in eine Routine zu verfallen. „Dem kann man schnell vorbeugen, indem man neue Sachen ausprobiert.“

Miriam gibt gerne den Tipp weiter, sich auch im Umfeld von nicht kreativ arbeitenden Menschen zu bewegen. Auch wenn der ehrliche Austausch, die Inspiration und die Fachsimpelei sehr großen Spaß bereiten, sich ständig nur in seiner eigenen beruflichen Blase aufzuhalten verklärt den Blick auf die wesentlichen Dinge im Leben.

So langsam kehrt auch bei Miriam der Alltag wieder ein. Sofern ihre vielfältig künstlerischen Aktivitäten als Alltag bezeichnet werden können. Ausstellungen sind angedacht, Aufträge werden bearbeitet, es wird tätowiert und wie Miriam einzuschätzen ist, ist sie gedanklich schon wieder bei ganz anderen Herausforderungen. Die Ergebnisse dürfen wir sicherlich, dank den sozialen Netzwerken, gespannt mitverfolgen und bewundern.

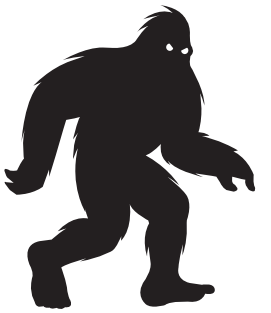
www.miriamfrank.com

www.instagram.com/miriamfrank.art

www.farbenpracht.net



TITELTHEMA



Dirk Bernemann

Sich selber aushalten

Was die Spekulationen rund um das Thema Zukunft in den Medien und der Kultur angeht, hat der Kunstmarkt in diesen Tagen, zumindest in der Präsenz, die Nase weit vorne. NFT, Blockchain, Ethereum sind die Schlagwörter der Stunde, mit denen man sich zu befassen hat. Von Überforderung und Ablehnung bis zur gefühlten Zeitwende eines für die Künstlerin und den Künstler lang ersehnten fairen Handels ist alles dabei. Die Bereiche Malerei, Illustration und Fotografie stecken mittendrin und feiern die ersten Erfolge. Goldgräberstimmung an allen Orten. Oft ist die Umsetzung ambitioniert und beeindruckend. Manchmal nur ambitioniert. Das gehört halt dazu, wo Geld zu verdienen ist, spielt die Sache wie so oft keine große Rolle mehr. Wir berichten darüber in diversen Artikeln dieser Ausgabe.

Und was machen die Kreativschaffenden aus der Literatur, aus der Musik? Auch hier haben wir Menschen aufgesucht, die in ihren beruflichen Tätigkeiten unmittelbar mit diesen Kunstformen verbunden und bereit sind eine Prognose in Richtung Zukunft zu wagen oder zumindest im Gespräch den Versuch zu unternehmen.

Einer von ihnen ist der Schriftsteller Dirk Bernemann. Wenn es darum geht eine ehrliche und kompetente Einschätzung zu gewinnen, haben wir unseren

Wunschkandidaten gefunden. Dirk übt den Beruf des Schriftstellers nunmehr seit siebzehn Jahren aus und blickt auf fünfzehn Veröffentlichungen zurück. Darunter auch Bestseller wie "Ich habe die Unschuld kotzen sehen". Ein alter Hase im Geschäft, der gerne im Buchhandel-Regal unter "Junge Wilde" präsentiert wird. Ein Autor, der alle Höhen und Tiefen durchlebt hat und durchlebt. Sein aktueller Roman "Schützenfest" ist im vergangenen Jahr bei Heyne Hardcore erschienen. Mitten in der Pandemie. Auch wenn die Öffentlichkeitsarbeit, wie Lesungen und Promo-Termine nur eingeschränkt wahrgenommen werden konnten, ist der Roman bisher durchaus erfolgreich. Ein Fazit welches sich Autor und Verlag teilen.

Mit der Schublade "Underground-Schriftsteller" oder "Indie-Kultur" tut sich der Wahl-Berliner allerdings schwer. „Das sind Begriffe, die helfen vielleicht nach außen meine Arbeit einzuordnen, aber mit denen wird auch wahllos rumgeschmissen. Vieles wird dort eingestuft, was eben nicht Indie oder meinetwegen alternativ ist. Ob ich Indie oder Mainstream bin, sollen andere entscheiden. Was ist Underground denn überhaupt? Ein bisschen dirty von der Sprache her. Vielleicht alternative Vertriebswege, ein bisschen DIY wie im Punkrock, aber im Endeffekt sind die auch bei Amazon gelistet. Bukowski wird als Underground angesehen, obwohl die Bücher sich millionenfach

Illustration links: © Brian Storm

verkaufen. Ich mache da keine großen Unterschiede. Es ist schwierig eine Abstufung zu definieren.“

Um Dirks Bild bei seinen Leserinnen und Lesern als Underground-Autor in der Öffentlichkeit etwas zu erklären und um das Klischee nochmal romantisierend aufzufassen, hilft neben seinen Werken, ein Blick auf die sozialen Medien. Irgendwie zwischen „Ich muss das ja machen“ und „Kunst“, präsentiert er sich und seinen Alltag in seiner ganz eigenen, typischen Darstellungsweise. So betitelt er auf Instagram ein Bild von sich selbst, beispielsweise mit: „Manchmal wäre es gut, wenn Leute, die über ihre eigenen, trübsinnigen Allerweltswitze lachen und das mit „Ich schmeiß mich weg“ kommentieren, auch genau das tun würden.“ Oder er gibt kurze prägnante Einblicke in sein Schaffen: „Ich kann nicht erklären, wie man Krisen übersteht, obwohl ich schon einige Krisen überstanden habe. Ich weiß nicht, was werden soll, weil das niemand weiß, warum also gerade ich? Ich bin ausschließlich Experte im Ich-Sein und häufig nicht mal das.“

Das sind keine Verkaufsstrategien, keine überlegte Aneinanderreichungen des Social Media Contents. Das ist Dirk Bernemann. „Meine Literatur lebt sehr stark von der Übertragung einer direkten Emotion. Ich versuche immer eine direkte Leitung zum Publikum aufzubauen.

Das betrifft meine Literatur, meine Lesungen und Social Media gleichermaßen. Das ist als Gesamt-Blase zu sehen.“ Der öffentliche Auftritt, voran mit Instagram und Co., ist auch für die Literatur nicht mehr wegzudenken. Ob für die Promotion von Veröffentlichungen und Lesungen oder die Streuung von Informationen oder sogar Live-Streams. Auch die Verlage bestehen nachvollziehbar auf diese Tools. Erreichen die Künstler durch ihre eigenen Kanäle doch am besten und direkt die angestrebte Zielgruppe. Fans sind eine sichere Bank was die Verkäufe angeht. Um den Rest kann sich der Verlag kümmern. Sehr lukrativ eigentlich, oder?

„Fünf bis zehn Prozent derer, die in Deutschland Bücher veröffentlichen, können auch davon leben. Der Rest hat einen normalen Brotjob. Ich habe mehrere. Es wird immer weniger gelesen, aber immer mehr veröffentlicht. In diesem Zwiespalt muss man schauen, seine Nische, seinen Weg zu finden. Ich mache das jetzt seit siebzehn Jahren

„Die Welt braucht Literatur.“

und habe einen Weg gefunden, der so ok für mich ist.“ Ähnlich wie im Musikbereich sind Auftritte wie Lesungen und effektive Nebenprojekte wichtig, sogar unerlässlich für den Großteil der Autorinnen und Autoren geworden. „Der Markt ist gerade in einer komischen Orientierungsphase. Wie positioniere ich mich als Verlag, als Veranstalter*in, als Autor*in. Mit dieser Überlegung sind viele noch nicht ganz fertig. Was kommt jetzt? Was ist der nächste Step? Auch in Verbindung mit der Pandemie. Die Tendenz ist halt, dass weniger Bücher verkauft werden. Auch gab es in jüngster Vergangenheit einige Tiefschläge zu verkraften. Der Papiermangel, gerade zum Ende des vergangenen Jahres oder der mehrfache Ausfall von Buchmessen. Für Verlage ist das ein Drama.“

Mit einem erneuten Blick auf die sozialen Medien wird auch das Thema Self-Publishing plötzlich wieder interessant. Für Künstler*innen mit einer hohen Reichweite im Netz macht die Überlegung durchaus Sinn, eine Veröffentlichung aus eigener Initiative anzugehen. Die Verkaufszahlen sind kalkulierbar. Ein Verlag hat zwar die Routine, die produktionstechnischen Netzwerke und eine qualitative Ausrichtung. Wenn es allerdings um die reinen Verkaufszahlen geht, braucht eine Autorin, ein Autor mit entsprechender Fanbase im Netz, einen Verlag nicht zwingend. Im Musikbereich ist es schließlich keine Seltenheit die Produktion und den Vertrieb selbst zu organisieren. „Es gehört schon was dazu ein Buch zu produzieren. Mit Lektorat, Satz und so weiter. Natürlich kann man Dienstleistungen dazu kaufen. Ich habe auch schon darüber nachgedacht, aber es gibt immer noch Verlage bei denen ich mich sehr wohl fühle. Auch sind Verlage für die Zielgruppen verlässlich. Zum Beispiel mein jetziger Verlag Heyne Hardcore, den Großteil der Veröffentlichungen lese ich selber.“ Trotzdem, in Richtung Zukunft gedacht, ist davon auszugehen, dass es in den nächsten Jahren eine Vielzahl an Eigenproduktionen geben wird. Nicht zwingend von Schriftsteller*innen. Die Leute mit den ho-

Bild: © Heyne Hardcore



hen Reichweiten in den sozialen Medien kommen vorrangig aus anderen Bereichen. Werden sich aber berufen fühlen ein Buch zu veröffentlichen, weil es eben geht. Was es nicht besser macht, nicht mal nur qualitativ. Es gibt Statistiken die aussagen, dass eine Person im Schnitt drei Bücher im Jahr kauft. Wenn eins davon beispielsweise aufgrund von Fan-zugehörigkeit eines Influencers gekauft wird, ist dies schon mal weg vom Markt für Autorinnen und Autoren. Es ist anzunehmen, dass die Menge der Veröffentlichungen weiterhin steigen wird. Aber den Kopf steckt Dirk nicht in den Sand. „Ich denke, dass meine Kunst stark genug ist, um für sich selbst zu sprechen.“ Das ist auch etwas, was er sich für die Zukunft von allen Beteiligten aus der Branche wünscht. Das man sich wieder auf das Werk konzentriert und nicht zu sehr auf die Darstellung, wie zum Beispiel auf multimediale Events bei Lesungen hinarbeitet. Als Schriftsteller*in muss man nicht zwingend ein Entertainer sein. Im Gegenteil. Gerade aus der vorher angesprochene Masse an Veröffentlichungen, kann Qualität der entscheidende Faktor sein. Vielleicht ist die Literatur genau gegensätzlich zu allen anderen Kultur-Disziplinen, die bei der eine Vermischung der Künste den gegenteiligen Effekt auslösen kann.

„Wir leben nunmal in einer digitalen Welt, in der die Inhalte immer kürzer werden. Der achthundertseitige Roman wird zukünftig immer weniger Chancen haben. Ich würde mir wünschen, dass die Einlassungsfähigkeit der Leserinnen und der Leser wieder etwas zunimmt. Die Aufgeklärtheit um zu checken, was gut ist und was nicht.“

Interessant ist, dass Dirk die Leser*innen in die Pflicht nimmt. Das ist erfrischend einfach und logisch. Wenn sich eben ge-



Das Schwarz Magazin und Heyne Hardcore verlosen 5 x 1 Buch *Schützenfest* von Dirk Bernemann.

**Mehr dazu demnächst auf Instagram.
Folgt uns: @schwarzmagazin**

nug Leute für die Qualität der Werke entscheiden, wird der Markt sich daran orientieren müssen. Die Zukunft einer Kunst muss nicht immer an technischen Entwicklungen und Neuerfindungen eines Berufes festgemacht werden. Was sich viele Branchen nicht erlauben dürfen, nämlich die technischen Entwicklungen, nicht mit ins berufliche Geschehen einfließen zu lassen, könnte in der Literatur der Schlüssel zum Bestehen sein. Wenn die Leser*innen mitspielen. Hier geht es um die Wertigkeit und den Respekt des Prozesses gegenüber und natürlich um die Wertschät-

zung für die Arbeit von Autorinnen und des Autoren. Ohne deren Beruf zu stark romantisieren zu wollen. „Der Markt ist eng und schwer zu begehen. Diese Hürde habe ich zum Glück überwunden. Es ist viel Arbeit gewesen. Geschenkt bekommt man nichts. Man muss die Fähigkeit lernen, seine eigenen Gedanken in brauchbar und nicht brauchbar unterscheiden zu können. Mir ist die Arbeit nie leicht gefallen, finde sie aber trotzdem schön.“

Mit einer Prognose wie sich der Buchmarkt in den nächsten Jahren verändern wird, möchte Dirk sich nicht zu weit aus dem Fenster lehnen. „Es wird ein Medium sein, was nicht einfach so ausstirbt. Aber es wird mit anderen Medien konkurrieren müssen, die leichter zu begehen sind. Streaming-Portale und die Spiele-Kultur zerstreuen einfacher als ein umfangreicher Roman, der achtzehn Stunden Lesezeit in Anspruch nimmt. Es wird schwierig bleiben. Aber die Nischen bleiben wichtig und tun den Leuten gut. Es wird immer Leute geben, die ein Buch in der Hand halten und ins Regal stellen möchten.“

Ein großes Thema für die Zukunft von Buchveröffentlichungen wird ohne Frage die Nachhaltigkeit sein. Dieses Thema wird berechtigt einen großen Einfluss auf die Entwicklung des Leseverhaltens nehmen. Digitale Zugänge werden sich einer hoher Wahrscheinlichkeit noch weiter etablieren. Vielleicht eine Chance, den irgendwann selten gewordenen gedruckten Büchern, einen verdienten Wert zurückzugeben. „Die Welt braucht Literatur.“

www.dirkbernemann.de

www.instagram.com/dirk_bernemann

www.penguinrandomhouse.de

23.–26. JUNI 2022



HAMBURG SANKT PAULI
MILLERNTOR STADION

**MILLERNTOR
GALLERY**

ART, MUSIC, CULTURE
AND EDUCATION



**MORE INFO & TICKETS:
MILLERNTORGALLERY.ORG**



FAILE Patrick & Patrick

Ein High Five und ein Fuck Yeah

von Becky Emily Mount

„Ich denke es ist ein Weg, um eine Bedeutung zu finden und der Welt durch Bilder und künstlerische Interventionen eine Art Sinn zu geben.“

Patrick Miller, FAILE

FAILE ist ein international anerkanntes, und weitläufig bekanntes Künstler-Kollektiv aus den Vereinigten Staaten. In Brooklyn ansässig haben sich Patrick Miller und Patrick McNeal über 25 Jahre lang ein künstlerisches Imperium aufgebaut. Die besondere Freundschaft der Beiden besteht schon aus High School Tagen, ihre Notizbücher wurden untereinander ausgetauscht, und für zeichnerische Eskapaden zweckentfremdet. Als 1999 also die offizielle Gründung von FAILE die Street Art Szene aufmischte, war ich zarte 3 Jahre alt. Man mag es mir daher auch nicht verübeln, dass ich Anfang April völlig ahnungslos vor meinem Bildschirm saß.

Miller und McNeal sitzen gemeinsam in ihrem New Yorker Studio, mit Abstand und Maske. Auch in den USA ist die Covid Pandemie weit entfernt davon, unter Kontrolle zu sein, und Patrick Miller hat es erwischt.

Mit freundlichen Augen schaut der Künstler und Gestalter also über seine FFP2-Maske hinweg, und beginnt zu erzählen, während McNeal ab und zu wortkarg nickt. „Patrick und ich haben uns am ersten Tag der High School kennengelernt, das war in 1990. Wir kennen uns also schon eine wirklich lange Zeit, und haben schon immer unsere Skizzenbücher, und unser Interesse für Kunst, Musik, Kultur und einfach das Leben geteilt.“ Auch wenn es nicht zu erkennen ist, man hört, wie Miller unter der Maske lächelt, als er sich an diese Zeit erinnert fühlt. Über 30 Jahre spannt die Freundschaft der zwei Patricks, das gegenseitige Vertrauen ineinander hängt in der Luft, ich kann es fast spüren. Vielleicht ist es aber auch einfach der Lüfter meines Laptops.

Ich muss mir eingestehen, ich bin eingeschüchtert. Meine gesamte Lebensspanne haben Patrick und Patrick die Kunst-Industrie mit hochgezogen, haben mit ihren Werken begeistert, und Vielerlei angestoßen. Während ich noch in die Windeln machte, laufen lernte und irgendwann begann, meine Eltern anzuschreien, ist FAILE ein Stützpfeiler der New Yorker Kunst-Welt geworden. Ein hartes Pflaster, indem



Bild: © FAILE



Bilder: © FAILE

das Sich-Behaupten doch eher einem Überlebenskampf gleicht. Vielerlei Künstler*innen hat es hier hin verschlagen, fast eben so viele verlassen New York, gesenkten Hauptes, realisierend, dass die Millionen-Stadt doch viel häufiger einem Schlachtfeld als einer Goldmine gleicht. Heute können FAILE, wie nur wenige, ihren Lebensunterhalt tatsächlich mit ihrer Kunst bestreiten. Weltweit stellen sie aus, ihre Kunstwerke und Installationen stehen, hängen, schweben in Gallerien von London bis zum Times Square. Über die letzten zehn Jahre sind zahlreiche Bücher über sie veröffentlicht worden, die Zeit scheint dem Gefallen an ihrer Kunst keinen Abriss zu tun, ganz im Gegenteil. Selbst das wohl traditionsreichste Auktionshaus der Vereinigten Staaten bemüht sich um ein Stück vom Kuchen, und so bietet Sotheby's nebst Fabergé-Eiern

auch FAILE's Kunst feil. Man kann also getrost behaupten, Patrick und Patrick haben es geschafft. Aber nichts kam und kommt von ungefähr. Ihre Anfänge sind bescheiden, ihr Ziel weit weg gesteckt von dem Erfolg den sie heute erleben. McNeils Blick entrückt ein wenig, er lächelt als er erzählt. „Für mich war es eher die Reise als das Ziel. Es hat einfach Spaß gemacht, zu sehen, was spontan passieren würde. Die Art und Weise, wie sich Leute aus verschiedenen Städten meldeten und sagten: Hey, wir haben Platz für eure Kunst, wollt ihr rumkommen? Klar. Und dann einfach ja sagen und schauen, wohin es einen führt. Das war sehr organisch. Das eigentliche Ziel war, wie lange können wir das machen, bis wir einen Job in einer Agentur oder einem Büro brauchen, um die Rechnungen zu bezahlen. Es ging wirklich nur darum, einer Leidenschaft zu folgen, das zu

tun, was wir lieben, und darauf zu vertrauen.“ Es ist einer der Momente, in denen Patrick McNeal wirklich auftaucht, und während ich seiner inbrünstigen Erzählung lausche, realisiere ich, wie verschieden die beiden Künstler doch tatsächlich sind. Chaos und Ordnung, impulsiv und bedacht. Sie strahlen es aus, jeder für sich, es ist nicht in Worte zu fassen. Zwei Menschen die doch unterschiedlicher nicht sein können. Ich mache kaum den Mund auf, um das anzusprechen, da erzählt McNeal schon weiter. „Ich bin eher prozessorientiert, ein bisschen lockerer, ein bisschen impulsiver. Miller geht ein bisschen methodischer vor. So gleichen wir uns gegenseitig aus. Es gibt einen großen Kontrast zwischen dem, was wir in die Zusammenarbeit einbringen.“ Trotz aller Unterschiede, sie sind sich einig, das mit den Beiden, das funktioniert, und nicht nur irgendwie.

Die lange Zusammenarbeit der Beiden, und vor allem die tiefe Freundschaft die sie verbindet, ist der Kern ihrer Kunst. Kaum eines ihrer Werke muss mit nur einem einzelnen Patrick auskommen, fast immer sind in irgendeiner Form Beide dran beteiligt. „Wir haben wirklich Glück, dass wir das tun können, was wir tun. Es macht wirklich Spaß, auf dieser Reise zu sein, und es ist schön, das mit einem Freund zu teilen. So sind bei fast jedem Projekt irgendwann beide unsere Hände im Topf. Der Austausch bereichert täglich, auch bei den seltenen Meinungsverschiedenheiten.“ Am Ende des Tages trägt sie das Verständnis und Vertrauen, dass sie beide dann doch das selbe Ziel haben. Wir versuchen beide, an denselben Ort zu gelangen. „Wir versuchen beide, dorthin zu kommen, wo es ein High Five gibt und ein Fuck Yeah, das sieht geil aus. Und man fühlt sich gut dabei. Ich glaube, das haben wir schon immer gewusst.

Manchmal sehen wir Dinge anders, aber wir versuchen immer, diesen einen Ort zu erreichen. Was wir tun, ist ständig in Bewegung.“

Auch nach über 20 Jahren kann man in ihrem Brooklyn Studio stehen, und man riecht sie noch, fühlt sie noch, erkennt sie noch. Während die Welt nicht still stand, bewegte sich auch FAILE mit, blieb sich doch immer treu. Experimente gab und gibt es häufig, ist Teil ihrer stetigen Entwicklung, die sie nicht missen möchten. Das macht FAILE aus. Mal mehr, mal weniger entfernt von ihren üblichen stilistischen Ausdrucksmitteln sind sie so von Malereien und Collagen auf Papier, zu Wandmalereien, Installationen, Skulpturen und Keramik gekommen. „Die Zeit ist eine komische Sache, 20



Jahre vergehen mal sehr schnell und mal sehr langsam. Und plötzlich stellt man fest, dass man all diese verschiedenen Explorationen gemacht hat.“ Fast poetisch wirken die Worte, mit denen Miller ihr Leben mit und für die Kunst zusammenfasst. Wer nun glaubt, diese Explorationen wären allein der Verdienst der zwei Patricks, hat weit gefehlt. Ihr künstlerisches Können baut sich stetig aus – immer mit Unterstützung anderer Schaffender. Die Kollaboration mit anderen Künstler*innen ist für die Beiden ihr täglich Brot. Schon früh haben sie angefangen, gemeinsam mit anderen Projekte zu realisieren, und haben dabei immer während über ihren eigenen Tellerrand geblickt, und geschaffen, was sie allein nicht für möglich gehalten hätten. Ein Prozess, der sich ihnen im übrigen ganz natürlich ergeben hat. Ihre Ideen geben den Takt vor, die Umsetzung dieser folgt also weniger selten einer Entscheidung. *Ich glaube nicht, dass es so sehr eine Wahl ist, sondern eher eine Reise und ein Prozess. Das Material und die Möglichkeiten bieten sich uns an, und dann finden wir Wege, in*

dieser Sprache zu sprechen“. Ein Weg eben sei die Kollaboration. Nichts daran wirkt erzwungen, die ehrliche Neugier der Patricks für das Schaffen der Anderen vibriert. Ich werde angerufen, drücke schnell weg und das vibrieren verebbt...

Das Gespräch neigt sich zum Ende. Ich atme durch, bin dankbar es überstanden zu haben. Zwei Urgesteine der Kunst, Schaffende dessen heutige Relevanz doch unbestritten ist. Ich bin froh, nicht ins Fettnäpfchen getreten zu sein, und es dauert, bis sich die letzten Reste der Nervosität verflüchtigen.

Das Gespräch hat mich beeindruckt, aber es sind nicht die Techniken, oder der Werdegang der Beiden der mir auch noch Monate später immer wieder in den Sinn kommt. Es ist viel mehr die Zwischenmenschlichkeit, das was sich zwischen Patrick und Patrick erstreckt. Und die Lehre die sich aus dem Leben und Arbeiten der Beiden zieht. Es scheint so simpel: Gemeinsam geht mehr.



Bilder: © FAILE



Was wir tun, ist ständig in Bewegung

Auf ihrer Website beschreibt sich FAILE übrigens so:

FAILE ist die künstlerische Zusammenarbeit von Patrick McNeil und Patrick Miller aus Brooklyn. Ihr Name ist ein Anagramm ihres ersten Projekts, „A life“. Seit ihrer Gründung im Jahr 1999 ist FAILE für ein breit gefächerten Multimedia-Ansatz bekannt, der durch einen fragmentierten Stil der Aneignung und Collage die Dualität erforscht. Während Malerei und Druckgrafik nach wie vor im Mittelpunkt ihres Ansatzes stehen, hat FAILE in den letzten zehn Jahren seine



Bilder: © FAILE



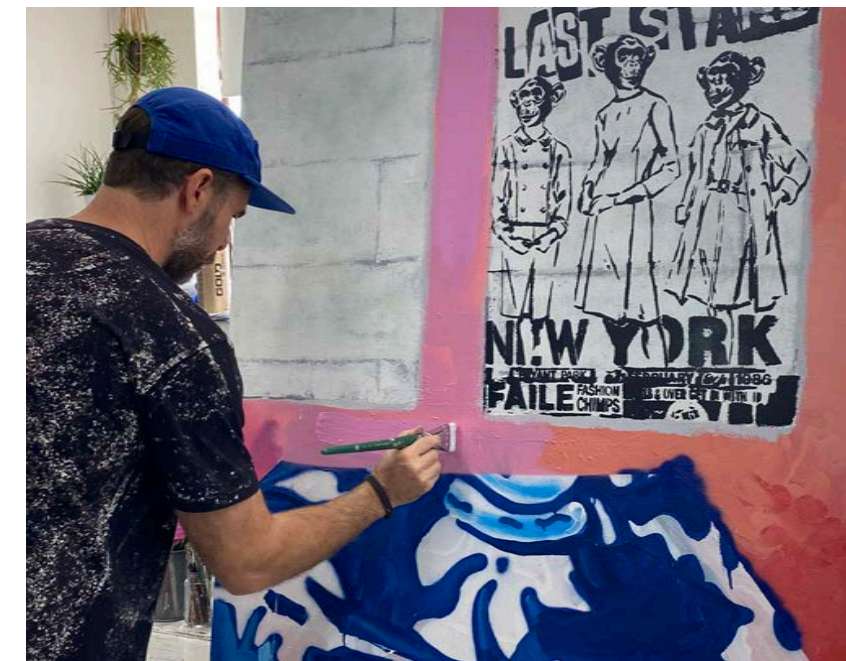
charakteristische, von der Massenkultur geprägte Ikonografie an eine Vielzahl von Materialien und Techniken angepasst, von Holzkisten und Fensterpaletten bis hin zu traditionellen Leinwänden, Drucken, Skulpturen, Schablonen, Installationen und Gebetsmühlen. Die Arbeiten von FAILE sind aus vorgefundenen visuellen Bildern aufgebaut und verwischen die Grenze zwischen „hoher“ und „niedriger“ Kultur. Die jüngsten Ausstellungen

zeigen jedoch, dass der Schwerpunkt auf der Beteiligung des Publikums, der Kritik am Konsumverhalten und der Einbeziehung religiöser Medien, Architektur und ortsspezifischer/archivarischer Recherchen in ihre Arbeit liegt.

www.faile.net

www.instagram.com/faileart

www.facebook.com/FaileArt



Präge-manufaktur

Die Sehnsucht nach Haptik



© Prägemanufaktur

Das Schwarz Magazin und die Werkstätten. Das ist eine tiefe Verbundenheit, die aus der Leidenschaft zum Handwerk entstanden ist und in dem Aufbau einer eigenen Werkstatt eskaliert ist. Wir kennen uns also ein wenig aus. Und wissen, dass sie sich nicht sonderlich voneinander unterscheiden. Die Maschinen, der Prozess und meist auch das Ergebnis sind

identisch. Weil es eben keinen großen Spielraum in den Techniken gibt. Der eine oder die andere ist versierter und wieder andere können sich prima inszenieren. Und die steigende Nachfrage nach hochwertigen Druckprodukten lässt viele neue Werkstätten entstehen. Es gilt sich nun in einem speziellen Handwerk weiter zu spezialisieren. Bereiche heraus-

zunehmen, in denen man wirklich gut ist und durch die Fokussierung immer besser wird. Heraus kommt ein Unterscheidungsmerkmal, welches sich als existenznotwendig entpuppen kann.

Die Prägemanufaktur aus Düsseldorf ist ein gutes Beispiel, wenn es um Spezialisierungen geht. Silja-Christina Kaeser und Marianne Putziger zeigen wie sich Qualität durch Engagement und eben die beschriebene Nische nach oben skalieren kann. Wir durften Marianne gespannt zuhören, wie sie über die Prägemanufaktur, die Veränderungen in der Branche und über Pläne für die Zukunft spricht. Wir werden direkt aufmerksam auf die Wege, die unternommen werden um den direkten Kontakt zum Endverbraucher zu gewinnen. Auch wenn sich der Kundstamm hauptsächlich aus B2B-Designer*innen, Agenturen und Firmen zusammensetzt, werden im Portfolio recht präsent Hochzeitspapeterie und Event-Einladungen angeboten. Das ist für das kreative Handwerk selten. So sehen sich nicht die Werkstätten doch lieber im grafischen und illustrativen Agentur-Umfeld. Nun wird aber gerne geheiratet und zu Veranstaltungen eingeladen. Und es wird gerne Geld dafür ausgegeben. Der Prägemanufaktur soll es recht sein. Zumal, wenn in der Zusammenarbeit mit Hochzeitsagenturen und Weddingplanern die Produkte so exklusiv und innovativ umgesetzt werden. „Jede Karte wird einzeln geprägt. Es ist ein super langsames arbeiten. Es ist ein sehr leises arbeiten, fast schon meditativ.“

Außerdem werden gerne mal die Maschinen eingepackt und zu Firmenevents gefahren. Dort wird die Arbeit direkt vor Ort präsentiert. Es wird kein Hokus-Po-



Marianne Putziger © Hannah Zückler

kus drum herum gemacht. Das Handwerk an sich ist beeindruckend genug. „Das macht einfach total Spaß. Die Leute freuen sich sehr darüber, so häufig kann man sich so etwas ja nicht live anschauen. Ein wenig ist es, wie die Sendung mit der Maus. Umso digitaler wir sind und nur noch an diesen kalten, nicht haptischen Oberflächen arbeiten, desto mehr ist da einfach eine Sehnsucht. Das ist ja auch der Grund, warum wir selber so angefixt sind vom Handwerk.“

Dass Marianne eigentlich Grafikdesignerin ist, überrascht wenig. Reiht sie sich bestens ein, in die Liste derer, die auf einem kreativem Weg dem verstaubten Handwerk neues Leben eingehaucht haben. „Als Designer*in weiß man, jedes Projekt steht und fällt mit dem



**Das Schwarz Magazin
und Römerturm verlosen*:**

A Global Research Study
Investigating the Psychology of Colour
Conducted by Colorplan
and Published by G. F Smith

**Sendet einfach eine Mail an:
colorplan@schwarz-magazin.de**



*Wir verlosen 2 mal 1 Buch „Colorplan Study by G. F Smith“. An der Verlosung dürfen alle teilnehmen, die volljährig sind. Um an der Verlosung teilzunehmen, müsst ihr lediglich bis zum 25.06.2022, um 23:59 Uhr eine E-Mail an colorplan@schwarz-magazin.de schicken. Es gilt der protokollierte Zeitpunkt des E-Mail-Eingangs. Verlost wird der Gewinn am 30.06.2022. Die Gewinner werden durch die zufällige Ziehung unter allen Teilnehmern, die uns rechtzeitig eine E-Mail schicken, ermittelt und von uns per E-Mail über den Gewinn informiert. Mit der Teilnahme am Gewinnspiel willigt ihr in die Erhebung und Verwendung eurer E-Mail-Adresse ein. Wir erheben, speichern und verarbeiten diese personenbezogenen Daten zur Durchführung und Abwicklung des Gewinnspiels und um Sie im Falle eines Gewinns zu benachrichtigen. Eine Weitergabe der Daten an Dritte findet nicht statt. Ihr könnt die Einwilligungen jederzeit durch Nachricht an uns widerrufen. Eure Daten werden anschließend gelöscht.

Bilder: © G.F. Smith

„In unserer Arbeit ist uns die Kommunikation und der Austausch mit dem Kunden sehr wichtig. Wir verstehen uns als Mittler zwischen dem Entwurf und der Umsetzung.“

© Hannah Zückler



*Design. Wenn das Design so la la ist, kann es noch so toll geprägt werden. Es bleibt dann eben so la la. Form und Farbe spielen in dem Gesamtprodukt eine entscheidende Rolle. Trotzdem müssen viel mehr Synergien geschaffen werden. Mit Drucker*innen, die die Techniken beherrschen und lange mit den Werkzeugen gearbeitet haben. Bei uns lief viel über 'Trial and Error'. Wir hätten sicher von dem Know How profitiert und es wäre alles schneller gegangen.“*



© Hannah Zückler

Einige Prägeprozesse sind nicht nur an Papier gebunden. Das ist gerade für den Modebereich sehr interessant und wird gerne von den Unternehmen für Events zur Demonstration der personalisierten Veredelung genutzt. Papier bleibt natürlich der wesentliche Bestandteil in der täglichen Arbeit.

„Colorplan ist zum Beispiel super. Wegen der großen Range an Farben in hohen Grammaturen. Im Grunde ist das unser Standardpapier im Prägebereich. Dazu war es recht schlau von Römerturm, in den gängigen Formaten direkt Umschläge in den entsprechenden Farben anzubieten. In unserem Bereich sind das entscheidende Faktoren für die Papierauswahl.“

Die sehr gut sortierte Webseite informiert übersichtlich über die Werkstatt und die verschiedenen Techniken. Heißfolie, Tiefprägung, Reliefprägung und weitere Anwendungsmöglichkeiten in den Kombinationen werden gut dargestellt. Ein Blick ins Web ist sehr zu empfehlen.



Silja-Christina Kaeser (links) und eine Workshop-Teilnehmerin © Hannah Zückler

Über das Thema Web führend, lohnt es sich einen kleinen Blick in Richtung Zukunft zu werfen. Das ist nunmal das Thema dieser Ausgabe. Klassische Handwerksbetriebe auf die neuen Entwicklungen anzusprechen ist schwierig. Die Arbeit geht genau wie vor hundert Jahren von statten. Und wenn es nach den

Colorplan



Werkstattbesitzer*innen geht, wird das auch die nächsten hundert Jahre so bleiben. Allerdings kann die Kommunikation kreativ mitwachsen. Für Marianne ist zum Beispiel die Option, eine mögliche Online-Bestellung für die Kunden einzurichten, gar nicht so abwegig. Die Prägemanufaktur ist immer wieder neu darauf bedacht, sich in den Kunden hineinzuversetzen. „Es ist ja nunmal so, dass die Leute mittlerweile Hemmungen haben irgendwo anzurufen oder gar irgendwo hinzugehen. Alles wird online bestellt. Da kann man sich nicht total vor verschließen. Das ist der Lauf der Zeit.“ Was die Handwerksbetriebe generell angeht wird es wohl, wie Eingangs erwähnt, immer mehr Spezialisierungen geben. Oder geben müssen. Vielleicht wird der Letterpress-, Präge-, Buchdruck-Hype irgendwann abklingen. Dann ist es wichtig die Nischen weiter qualitativ hochwertig und erfahren bedienen zu können. So wie die Prägemanufaktur.

www.praegemanufaktur.de

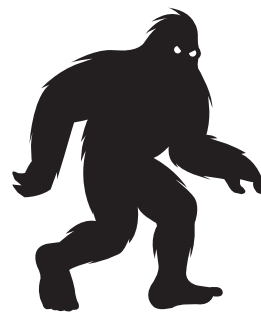
www.instagram.com/praegemanufaktur

www.facebook.com/Praegemanufaktur

55 Farben – unendlich viele Möglichkeiten. Colorplan überzeugt durch eine trendige, designorientierte und klassische Farbpalette, die unter Designern als unverzichtbar gilt. Der Einsatz hochwertiger Zellstoffe in Kombination mit pigmentierten Farbstoffen garantiert eine hohe Lichtechtheit. Die breite Produktpalette von 55 Farben, 25 Prägungen und 8 Grammaturen bietet Ihnen über 10.000 Kombinationsmöglichkeiten. Colorplan ist in Deutschland exklusiv bei Römerturm erhältlich.
www.roemerturm.de



© Prägemanufaktur



Stefan Schindler

Der Fluch der Fälscher

von Carsten Gritzan

Wenn es um die Zukunft im Print geht müssen wir alle Anwendungsbereiche beleuchten. Und die haben nicht immer vorrangig einen Bezug zur Unterhaltung, zur Information oder dem Handel. Auch muss der Druckprozess nicht zwingend durch Handwerk und Nostalgie faszinieren. Modernste Technik muss nicht langweilig sein. Dies weiß ein Bereich zu beweisen, mit dem wir uns intensiver befasst haben. Es geht um den Sicherheitsdruck. Und keine Angst, der ist weitaus spannender, als die Bezeichnung vermuten lässt. Banknoten, Zertifikate, Ausweise, Fahrscheine und viele weitere Produkte brauchen ein Maximum an Sicherheit, an Unfälschbarkeit. Eine Garantie für Personen, Behörden und für Länder. Daran arbeiten die besten ihres Fachs auf vielen Gebieten. Design, Technik und Produktion treffen sich auf dem vermutlich höchsten Standard, den die Druckbranche zu bieten hat. Also alles, was uns vom Schwarz Magazin überhaupt nicht interessiert? Denkste. Ein Vormittag reicht, um unsere Meinung grundlegend zu revidieren.

Stefan Schindler, Security Document Expert bei der Diagramm Halbach GmbH & Co. KG in Schwerte, lädt uns ein in die Druckerei, die maßgeblich an vielen innovativen Entwicklungen zur Sicherheit von Print-Produkten beteiligt ist.



Ein Original und der Fälscher
Stefan Schindler (links) und Frank Abagnale

Frank Abagnale ist ein ehemaliger, gegen Ende der 1960er bis Anfang der 1970er Jahre aktiver US-amerikanischer Hochstapler und Scheckbetrüger.

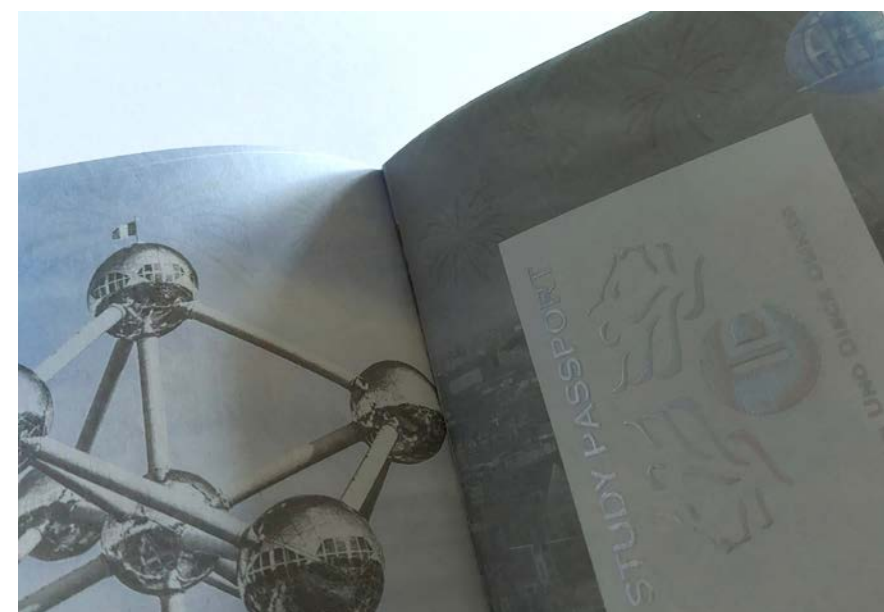
Abagnales Leben wurde in der Populärkultur unter anderem 2002 im Film *Catch Me If You Can* von Steven Spielberg und 2011 in einem gleichnamigen Musical verarbeitet.

Berichte zu Abagnales krimineller Vergangenheit basieren weitgehend auf dessen eigenen Angaben.

Quelle: Wikipedia

Schon im Eingangsbereich verwandle ich mich gedanklich in einen Agenten, lasse mir vor meiner Kollegin natürlich nichts anmerken. Ich bin Profi. Ein Profi der seine zugewiesene gelbe Warnweste, nicht zu schließen weiß. Auch das überspiele ich mit souveräner Gelassenheit. Nachdem unsere Ausweise gecheckt, die Kameras abgeklebt und viele Unterschriften geleistet wurden, kann es losgehen. Wie werden durch die Schleusen der Sicherheitsdruckerei geführt. Viele Schlüsselkarten später sitzen wir in Stefans Büro und lauschen seinen fast unglaublichen Ausführungen.

„Das dürft ihr leider nicht schreiben“ oder „Den Bereich müsst ihr weglassen“ sind die wohl meistgesagtesten Sätze in den folgenden zwei Stunden. Verständlich, sind es doch Informationen die schnell für das genutzt werden können, was Stefan Schindler mit seinem Team zu vermeiden versucht. Zu vermeiden, dass Fälschungen in den Verkehr gelangen. Oder zumindest Merkmale zu entwickeln, um diese schnell identifizieren zu können. Und es gibt Fälschungen in allen Print-Bereichen, die schnell zu Geld gemacht werden können. Lotteriescheine, Fahrscheine, Ausweise und natürlich Banknoten. Es gibt schlechte Fälschungen, die schnell mit dem bloßen Auge zu erkennen sind, aber auch so gute, bei denen forensische Hilfsmittel hinzugezogen werden müssen um sie zu entlarven. Es wird immer Versuche geben, Fälschungen zu produzieren. Das Geld lockt, der Prozess das Unmögliche zu schaffen reizt die kriminellen Geister und spornt zu Höchstleistungen an. Im Kopf immer noch in einer Mission Impossible unterwegs, an Stahlseilen über dem Schreibtisch heruntergelassen, werde ich



Erst unter UV-Licht kommen die raffinierten Sicherheits-Merkmale ans Licht.

von Stefans spannenden Geschichten immer wieder in die Realität zurückgeholt. Wir bekommen eine Vielzahl von Beispielen vorgeführt, die zeigen, was schon alles unternommen wurde um Printprodukte zu imitieren. Und wir dürfen die entsprechenden Sicherheitsstandards bestaunen, die dies vermeiden sollen. Die sind schier unglaublich. Es ist im Grunde nicht vorstellbar, diese Produkte nachzuahmen. Nicht nur bezüglich der vielseitigen, gestalterischen Merkmale, angefangen mit den variierenden Mikroschriften, die einen unglaublich fortschrittlichen Maschinenpark voraussetzen, sondern vor allem wegen der unterschiedlichsten



Drucktechniken. Drucktechnische Merkmale, die mit dem bloßen Auge nicht zu erkennen sind, sondern nur mit entsprechenden Hilfsmitteln ans Licht kommen. Hilfsmittel, an deren Entwicklung das Unternehmen ebenso arbeitet und diese stets verbessert. Aufwendige Effekte und Kombinationen die einfach nicht fälschbar scheinen und die schnell für das geschulte Auge den Unterschied ausmachen.

Als Belohnung für unser gutes Benehmen geht es für uns abschließend in einen anderen Sicherheitsbereich. Richtig, ich sehe mich auf dem Weg, ganz in meinem Element, in Nebelschwaden durch Laserschranken hangeln. Und dann stehen wir schon in der abgeriegelten Druckerei. Hier passiert es also. Alles wirkt steril, geordnet und sauber, fast wie in einem Drogenlabor, in dem viele der schützenswertesten und aufwendigsten Druckprodukte des Landes gefertigt werden. Das ist auch für einen erfahrenen Agenten wie mich sehr beeindruckend.

Die Konzepte zur Fälschungssicherheit enden jedoch nicht beim bedruckten Papier. Die Blockchain-Technologie hält auch hier Einzug. Oder besser, gerade hier. Scheint diese Entwicklung eine unveränderbare, kryptografische Kennung zu erzeugen, doch wie gemacht für Dokumente, Urkunden und Ausweise. Und genau

hier setzt die Zukunft an und hält bereits Einzug. Auch hier sind wir angehalten nicht zu sehr ins Detail zu gehen.

Allerdings können wir anhand eines Kundenprojektes etwas mehr über das hohe Sicherheitsniveau erfahren und auch präsentieren. Und das Thema passt unmittelbar in unser Magazin. Geht es doch um Leidenschaft, um Popkultur, um Print und die Zukunft. Es geht um die bekannten und beliebten Pokémon-Spielkarten und um das, was daraus geworden ist.

Lesen Sie dazu den Artikel ab Seite 56.

www.sicherheitsdruck.de

www.halbach.com

Diagramm Halbach entwickelt und produziert in drei Produktionsstandorten in NRW. Der Standort in Schwerte ist als Sicherheitsdruckerei zertifiziert.

Aus der Kombination von hoher Gestaltungskompetenz in der Druckvorstufe und modernster Offsetdruck-Kapazität entstehen hochsichere Lösungen für den Produkt- und Markenschutz, für Dokumentensicherheit und Sicherheitsetiketten.

ONLINE LERNEN FÜR ALLE

www.print-academy.de


**Print
Academy**
Die Bildungsplattform der
Druck- und Medienverbände

Jan Jonas

My Collection Grading

von Becky Emily Mount

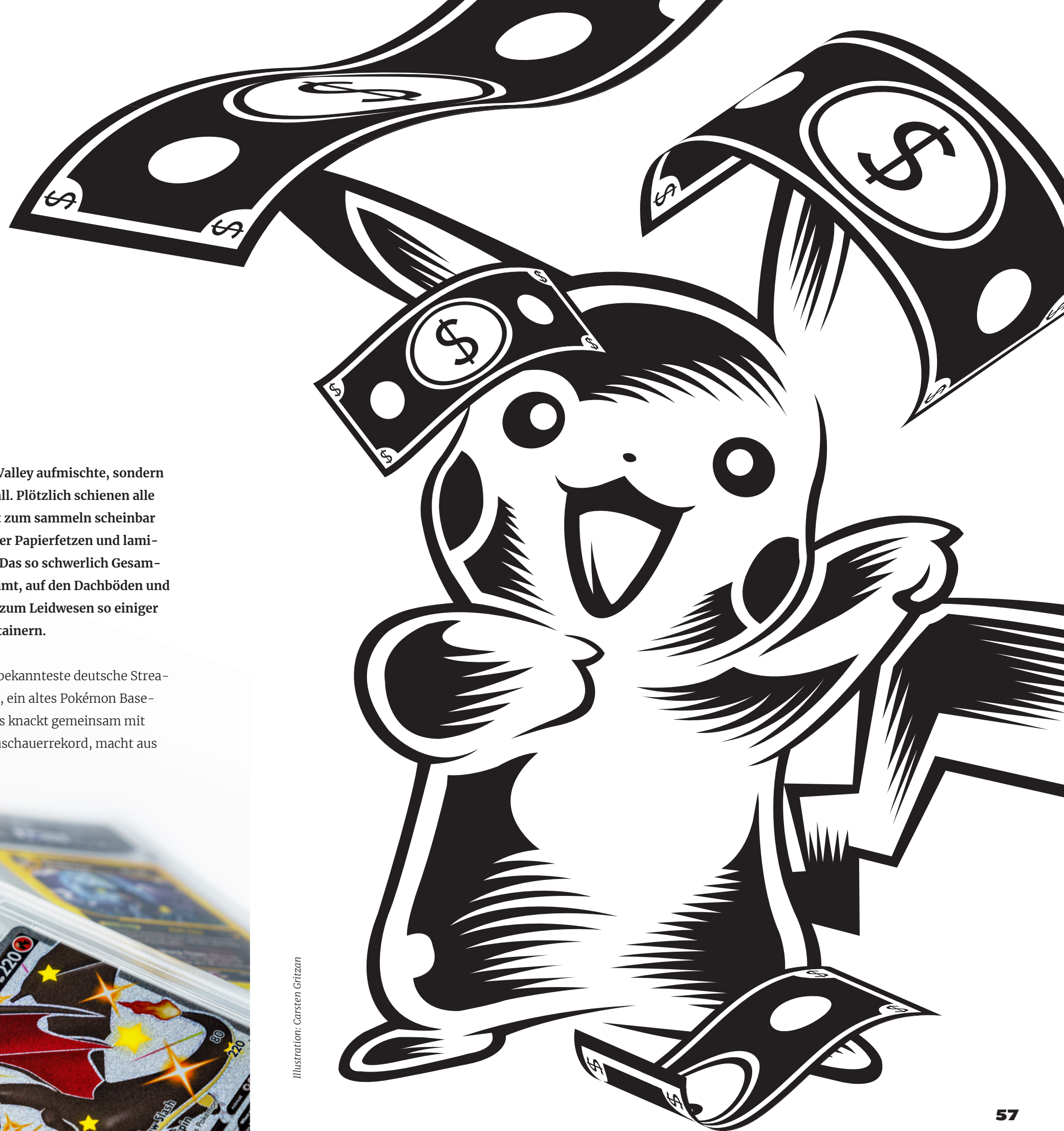
Diddl, Yu-Gi-Oh!, Pokémon – Anfang der 2000er schienen Kinder und Jugendliche von dem obszön bunten, und heute wohl bedenklich geschlechtsorientiertem, Sammelwahn gerade zu besessen. Schulhöfe glichen in den großen Pausen eher einer Sammelbörse, unschuldig wurden Karten, Papiere, Merchandise getauscht, gefeilscht, bewundert. Dabei kannte manch einer nicht einmal die Regeln derer ursprünglichen Spiele. Wer danach noch Taschengeld übrig hatte, den führte es nach der Schule schnurstracks in den nächsten Kiosk. Jahrelang verlor sich die Zukunft von heute in diesen plastikumhüllten Welten. Bis ein Rollkragenpullover-bekleideter Kali-

fornier nicht nur Silicon Valley aufmischte, sondern auch die Schulhöfe, überall. Plötzlich schienen alle zu erwachsen, zu verklärt zum sammeln scheinbar wert- und bedeutungsloser Papierfetzen und laminatbeschichteter Karten. Das so schwerlich Gesammelte verschwand, alle samt, auf den Dachböden und verstaubten Kellern, und zum Leidwesen so einiger auch in den Altpapiercontainern.

Bis Anfang 2021 der wohl bekannteste deutsche Streamer sich dazu entscheidet, ein altes Pokémon Base-Set live zu öffnen. Trymacs knackt gemeinsam mit Papaplatte den Twitch-Zuschauerrekord, macht aus



Illustration: Carsten Gritzan



der Nostalgie schnell Unterhaltung und plötzlich herrscht helle Aufregung. Über Nacht erfahren die Pokémon-Karten eine relationslose Wertsteigerung, und die halbe Welt ruft ihre Mütter an. Ist da noch was auf dem Dachboden? Im Keller? Im alten Kinderzimmer? Der Sammelwahn kehrt zurück, und ist erwachsen geworden. Aus Nostalgie wird Wertanlage.

Und jede gute Wertanlage will zertifiziert sein.

Das Grading, also Bewerten, von Sammelkarten ist in den USA schon lange vor dem Pokémon-Hype Alltagssache. Das Prinzip ist denkbar simpel. Jede Sammelkarte besitzt einen monetären Wert. Fernab vom Kaufpreis wird bewertet, in welchem Zustand sich die Karte befindet. Dieser Zustand sowie ihre Echtheit kann geprüft werden. Sie wird zertifiziert und entsprechend einer einheitlichen Skala von 1 bis 10 benotet. In einer Hartplastikummantelung luftdicht verschlossen und beklebt mit der entsprechenden Zertifizierung findet die Karte nun ihren Weg zurück zu ihrem ursprünglichem Besitzer. Ein Prozess, an dem viele Hände beteiligt sind. Gemeinsam mit dem Seltenheitswert der Karte sowie der Reputation des entsprechenden Grading-Unternehmens lässt sich nun der monetäre Wert der Karte ermitteln. Alles Zeitverschwendung?

2021 kauft das amerikanische Vorbild für Größenwahnsinn, allseits bekannt als Logan Paul, eine dieser Pokémon-Karten. 5,275,000 \$ knallt er dafür auf den Tisch und landet damit im Guinness-Buch der Rekorde. Die Karte selbst wurde, natürlich, vorab von eben einem solchen amerikanischen Unternehmen bewertet, für echt befunden und für ihren perfekten

Zustand gelobt. Wer nun aufspringen will, und dem ehemaligen Kinderzimmer einen längerfristigen Besuch abstatten möchte, dem sei gesagt, dass es von dieser speziellen Sammelkarte nur 39 Exemplare gab. 38 bleiben über, jede einzelne von ihnen in festen Händen.

Für Jan Jonas ist das Grading in Amerika ein umständlicher Weg. Während die Renaissance der Pokémon ihren Höhepunkt erreicht, werden amerikanische Grading-Unternehmen maßlos überflutet. Noch heute kehren Karten zurück, die Mitten im Hype 2020 nach Amerika versandt wurden. Der Markt für die Karten platzt aus allen Nähten, zeitgleich tauchen immer häufiger Fälschungen auf, alle samt augenscheinlich zertifiziert. Geldgier führt zu Fälschungen. Und Fälschungen führen zu Jan. Aber keine Bange, Jan ist kein professioneller Fälscher, sondern eben genau das Gegenteil.

Auskennen tut er sich schon lange, auch bei ihm liegen etliche Pokémon-Karten, mal mehr, mal weniger viel



Bilder: © My Collection Grading



wert. Seit der ersten Stunde ist er dabei und wenn er erzählt, hat man keinen Zweifel daran. So entschließt er sich den großen amerikanischen Vorbildern zu folgen, und setzt eine Schippe drauf. *My Collection Grading* entsteht und damit das wohl weltweit sicherste Grading Label für die Sammelkarten. Go big, or go home. Für die Gewährleistung der absoluten Sicherheit ist Stefan Schindler zuständig. Mit Sicherheitsmerkmalen, die man üblicher Weise in Geldscheinen und Reisepässen findet, schützt MCG so gemeinsam mit Stefans langjähriger Erfahrung die Pokémon-Karten der Kunden. Ist die Karte erst einmal authentifiziert, steht einer sicheren Zertifizierung nichts mehr im Wege. Im Prinzip nichts anderes als die etlichen Dienstleister weltweit anbieten: Zertifizierung und Hartplastik-Zuhause. Der Unterschied? Fälschen ist hier schier unmöglich. Und wie ganz nebenbei stimmt die Qualität. Wer seine Karte zu MCG gibt, weiß sie in sicheren Händen und erhält für den Vertrauensvorschuss ein fast luxuriös wirkendes Liebhaberstück zurück. Die Prüfung über Echtheit und Wertigkeit der Karten übernimmt Jan als Geschäftsführer übrigens selbst. Im 4-Augen-Prinzip natürlich. Seine langjährige Erfahrung macht ihn zum Experten, die Community kenne und vertraue ihm, erklärt uns Jan. Unterstützung von Nintendo zur Auseinandersetzung derer Karten sowie der professionellen Authentifizierung wird weder gefordert, noch angeboten.

Für Jan ist MCG eine Herzensangelegenheit. Während unseres Gespräches springt er immer wieder auf, sucht Belege für seine Erzählungen raus, hält sie in die Kamera, zerreißt sogar einmal eine Pokémon-Karte um uns die Merkmale der Echtheit zu demonstrieren. Die Leidenschaft für seine Arbeit ist unverkennbar. Besonders eindrucksvoll aber ist sein Vorsatz, jedem Kunden und jeder Kundin ein einmaliges Erlebnis zu garantieren. Er weiß, das noch junge Unternehmen kann es nicht mit den Reputationen der amerikanischen Pendants aufnehmen. Noch nicht zumindest. Aber ein unvergleichliches Produkt abliefern, das kann er.

Der Hype um die Pokémon-Karten bewegt immer noch viele, nicht nur Jan. Allen voran Nintendo selbst, die das nostalgische Interesse nutzen, um zunehmend zu produzieren. In noch nie da gewesener Geschwindigkeit laufen Karten vom Band, immer mehr, immer schneller, nicht nur zum Missmut der Umwelt. Die Herstellung der Karten wird wohl auch in naher Zukunft nicht nachlassen, befindet Jan. Die Enttäuschung ist ihm ins Gesicht geschrieben. Die Qualität leide unter dem enormen Produktionstempo, die Sets seien zu umfangreich. Der Wert der Karten schließe sich nun eben nicht aus der Masse.

www.mcgrading.com
www.instagram.com/mycollectiongrading



SUPER 8

Jürgen Lossau

Click & Surr Große Ideen für kleine Geschichten

Kein Kreativ-Milieu kann ohne Foto- und Film-Content bestehen. Kein Schaffen ist von Bedeutung, wenn es nicht kommuniziert werden kann. Die Fotografie und der Film transportieren alles, was uns im Beruf lieb und wichtig ist. Privat sowieso. Schnell ins Web, schnell über den Messenger. Mal lustig, mal aufwendig. Kunst, Designs, Produkte, Image, nichts, was sich ohne diese Disziplinen weitertragen lässt. Die permanente Verfügbarkeit, der alltägliche professionelle Umgang stiehlt den Wert. Den Wert der Technik und Entwicklungen. Die Zweckmässigkeit ersetzt die künstlerischen Einsatzmöglichkeiten, ersetzt den Spaß.

Diesen Spaß hilft Jürgen Lossau wiederzuentdecken. Mit *Click & Surr* ist er gemeinsam mit seinem Team in Berlin Berater und Kompetenz in Sachen analoger Fotografie und des analogen Films. Und zwar von der Technik bis zur Entwicklung. Präsentiert im Ambiente einer ehemaligen Metzgerei aus dem Jahr 1880. „Analog soll leben“, der Unternehmensslogan von *Click & Surr* ist Programm. Eine Vielzahl von Kameras aus den letzten Jahrzehnten der analogen Fotografie können in den beeindruckenden Räumlichkeiten bewundert und natürlich auch gekauft werden. Kleinbild, Mittel-



format, Super 8, Single-8, Doppel 8, 16 mm, ein Paradies für die Freunde dieser Techniken.

Unfraglich ist die analoge Foto- und Filmwelt Jürgens Leidenschaft und Antrieb für seine umfassende Arbeit in diesem Bereich. Bereits vor *Click & Surr* veröffentlicht der Analog-Nerd für einen Berliner Fachverlag das Magazin „Schmalfilm“, publiziert diverse Bücher über Super 8 und beginnt schon früh, alte Kameras zusammenzutragen. „Das ist schon mein Leib- und Magenthema“. Der gelernte Fernsehredakteur blickt auf ein breites berufliches Spektrum in der Medienbranche zurück. Mit seiner Fernseh-Produktionsfirma realisierte er Dokumentationen und Beiträge für wirtschaftliche und politische Redaktionen. Engagements als Chefredakteur diverser Magazine folgen. Luft holen scheint nicht Jürgen's Spezialität zu sein. Vor vier Jahren dann sieht er in *Click & Surr* die Möglichkeit zur Kombination seiner Leiden-



Hauptsächlich setzt der Kundenstamm sich aus Agenturen und Videografen zusammen, die das gedrehte Material für Fashion-Projekte oder Musik-Clips verwenden. Und noch viel mehr sind es die Skater, die mit günstigen Kameras, die auch mal hinfallen können, Videos mit Super 8 mixen. „Das ist faszinierend zu sehen.“

Binnen vier Jahren ist Click & Surr zum größten und günstigsten Super 8-Film-Verkäufer in Europa geworden. Auch hier beobachten wir eine immer weiter steigende Beliebtheit. Analoge Film- und Fototechniken erfahren den gleichen Trend wie Vinyl und dem kreativen Handwerk. Das Mögliche ist eben zu perfekt. Es soll „gemacht“ aussehen. In den Möglichkeiten reduziert zu werden schafft einen neuen Reiz für die Schaffenden. Unabhängig davon bieten die analogen Ergebnisse einen Look, der unnachahmlich ist. Nicht ohne Grund wird schon seit dem Aufkommen der Foto-Apps versucht, diese Merkmale zu imitieren. Was nur bedingt funktioniert.

Um erklären zu können, was Jürgen mehr an seinem Spezialgebiet Super 8 interessiert, die Technik oder das filmische Ergebnis, muss er uns tiefer in die Vergangenheit entführen. „Ich habe mit sechzehn angefangen Super 8-Filme zu drehen, weil es eben keine andere Möglichkeit gab. Das waren Urlaubsfilme oder kleine Ideen für Kurzfilme. Darüber ist es nicht hinausgegangen. Eine Freundin hat mir dann Jahre später einen alten Projektor geschenkt. Zu dieser Zeit kam man nur auf Flohmärkten an solche Geräte. Irgendwie löste das einen Sammel-Reiz in mir aus. Ich glaube aus dem Antrieb heraus, dass ich mir als Jugendlicher diese Sachen nie hätte leisten

können. Diese früher teuren Design-Kameras lagen da plötzlich für zwei Mark. Aus der Sammelleidenschaft ist dann wiederum ein Buch entstanden, was sehr gut angekommen ist, gerade bei Leuten, die Schmalfilme noch aus ihrer eigenen Geschichte kannten. Es wurden im Buch vorrangig Geräte und Hersteller besprochen. Daraus wurden über die folgenden Jahre mehrere Veröffentlichungen. Um das Thema für mich inhaltlich rund zu machen, arbeite ich jetzt an meinem letzten Buch: „PROTOTYPE“, niemals gebaute Kameras in den Formaten Doppel 8, Super 8 und 16 mm. Dies ist dann das siebte Buch. Schlussendlich interessieren mich jetzt selber nicht mehr so die Geräte, sondern das, was man mit Super 8 inhaltlich machen kann. Ehrlicherweise muss man sagen, dass die früheren Ergebnisse nur selten wirklich sehenswert waren. Wir kennen den Dia-Abend-Effekt. Das hat sich auch heute nicht großartig geändert. Nur wenige Sachen die umgesetzt werden, verfolgen eine schöne Idee. Und da das Technische alles sowieso nicht perfekt sein kann, ist die Idee das Wichtigste. Wenn es keine Leute gibt, die kleine Geschichten mit Super 8 erzählen können, ist Super 8 tot.“

Mit Super 8 und weiteren analogen Formaten verhält es sich wie mit den anderen wiederentdeckten „alten“ Techniken auch. Es reicht nicht aus, die Geräte zu besitzen. Auch wenn sie noch so toll anzusehen sind. Erst die Idee im Nutzen macht einen Einsatz dieser Bilder und Filme effektiv. Genutzt als Träger für ein tolles



Jürgen W. Lossau

Foto: Oliver Bader

Konzept kann mit ihnen Wundervolles entstehen. Und dann ist einer der wertvollsten Ansprechpartner, wenn es um die Beratung und Umsetzung der Projekte geht, Jürgen W. Lossau und sein Team von Click & Surr in Berlin.

www.clickundsurr.de

www.instagram.com/click_and_surr

www.facebook.com/clickundsurr

Bilder: © Click & Surr





FOTOGRAFIE

Sebastian Trägner

Bild: © Nouki.co

Türen eintreten und Träume liegen lassen

Ohne die in diesem Artikel aufkommende Euphorie an unserer Arbeit für dieses Portrait rechtfertigen zu wollen, müssen wir vorwegnehmen, dass es nunmal Termine gibt, an denen einfach alles passt. Termine, die uns darin bestätigen, ein Magazin wie Schwarz zu veröffentlichen. Termine an denen ununterbrochen die Sonne scheint und an denen alle Beteiligten professionell, mit Liebe zu ihrer Arbeit, ihren Teil dazu beitragen. Termine die nicht mit dem Heimweg enden, sondern noch tagelang, immer wieder zum Nachdenken anregen.

Wir präsentieren auf den folgenden Seiten den Fotografen Sebastian Trägner, den wir fortlaufend nur Traegi nennen werden. So will er es und so machen es eh alle.

Unter den schattenspendenden Palmen im Kölner Botanischen Garten führen wir, kritisch beobachtet von den vorbeilaufenden Besuchern, ein Gespräch, in dem uns Traegi gegensätzlich zur sonnigen Atmosphäre im Grünen, ungewohnt offen und unprätentiös einen Einblick in seine Arbeit und seine Dämonen gewährt.

Über Traegis durchaus turbulente Vita wird gerne berichtet. Verständlich, passt sie doch genau in diese Zeit. Eine Zeit in es sich beruflich auszuprobieren gilt. Bloß nicht festlegen, nichts überstürzen. Und wenn, dann richtig, ohne Rücksicht auf Verluste und auf der Überholspur. Egal wie weit die Sprünge zum nächsten Vorhaben auch scheinen, im Ganzen macht alles schließlich Sinn. Und Traegi beschreibt dieses Lebensmodell genau. Von außen betrachtet verkörpert er für



Bild: © Nouki.co



Bild: © Sebastian Trägner



Bild: © Sebastian Trägner

viele pubertierende Jungs, die feuchten Erwartungen an das kommende Leben. Gesponserter Skateboarder in Barcelona, Influencer, Model und schließlich gefragter Fotograf mit eigenen Ausstellungen, wie die just eröffnete TRUE COLORS-Ausstellung in der Kölner 30works-Galerie. Traegi ist der Prototyp eines Autodidakten. So leicht wie es scheint ist es jedoch keineswegs. Im Gegenteil. Wie alle Autodidakten muss auch Traegi mit seiner Arbeit überzeugen. Überzeugen das er es auch wirklich kann. Mehr als Kolleg*innen mit einer klassischen Ausbildung, einem Studium und entsprechendem Abschluss. Diese Parallele kann auf viele kreative Laufbahnen übertragen werden. Wir berichteten im Schwarz mehrfach darüber.

Und ja, es gibt auch die berühmte Schattenseite, es gibt die Ängste, die Unsicherheit, die persönlichen Probleme. Es gibt das Finanzamt.

Bemerkenswert ist, dass der Wahl-Kölner erst seit wenigen Jahren fotografiert. Und nach drei Jahren Selbstständigkeit muss er schauen, wie er vorankommt. „Man sieht so seine alten Homies, die sind Anwalt geworden, oder Doktor, haben Familie. Und ich? Geschieden, auf der Suche nach einer Wohnung. Manchmal tut das weh. Dann wieder bin ich glücklich, diesen Weg gewählt zu haben. Es ist halt ein Auf und Ab und am Ende ganz schön diese Erfahrungen machen zu können.“

Traegi mag es nicht darauf reduziert zu werden, dass er immer zur richtigen Zeit am richtigen Ort gewesen sei. „Das ist ganz und gar nicht der Fall. Während andere die Sicherheit gewählt haben, habe ich die Türen eingetreten. Mir ist nichts vor die Füße gefallen.“

instagram.com/traegi
portraegi.com
twitter.com/_traegi

Aller beruflichen Sprünge zum Trotz, scheint sich die Fotografie mit all ihren umliegenden Bereichen zu einem festen Bestandteil entwickelt zu haben. Traegi kann sich gut vorstellen auch das Medium Film oder Buch anzugehen. „Ich möchte so interdisziplinär wie möglich arbeiten.“ Innerhalb dieser Spektren gibt es noch viel zu entdecken. Auch in der Fotografie selbst gibt es noch unzählige Geschichten zu erzählen. Festlegen auf einen Stil möchte er sich nicht.

Unterbrochen wird unser Gespräch immer wieder auf charmant robuste Art von unserem Fotografen, der unseren Gesprächspartner im Ton bestimmend, Wünsche über Position und Haltung zu ruft. Ganz Profi befolgt Traegi die Anweisungen fast beiläufig. Überhaupt ist das Zusammenspiel zwischen den beiden Fotografen schön zu beobachten. Wir haben unseren Wunsch-Fotografen Nouki für den Termin gewinnen können. Schon mehrfach war Nouki für uns unterwegs und hat unsere Leser*innen mit seinen analog fotografierten Bildern beeindruckt. Zwei Künstler, die nicht fachsimplen über Geräte und Linsen. Zwei coole Typen, denen das Ergebnis wichtig ist. Und die Situation.

Traegi hat das Überraschungsmoment auf seiner Seite. Wer ihn sieht, wer seine Bio liest, glaubt umgehend urbane Lifestyle-Bilder zu sehen. Skateboard, Street Art, was so Typen eben antörnt die so aussehen. Hier geht die Schublade weit auf. Seine Bilder sprechen jedoch eine andere Sprache. „Ob es ein Stein ist, eine Blume, nackte Haut oder ob es eine Landschaft ist, hauptsache es ist irgendwas drin, was mich persönlich beeindruckt. Auch technisch versuche ich mich dann daran zu orientieren



und mich weiterzuentwickeln.“ In vielen seiner Bilder geht es um Kompositionen, um Strukturen. Sie wirken zurückhaltend, bedacht und empathisch. Vielleicht sind seine Bilder der direkteste Weg zu der Person Sebastian Trägner.

Bei kommerziellen Aufträgen hat Traegi mittlerweile ein eingespieltes Team um sich. „Ich bin bei den Terminen nur noch dazu da, um zu fotografieren. Auch das Team ist in die Materie erst hineingewachsen. Wir waren ein Packen von Leuten, die keinen Plan hatten. Und jetzt kommen geile Nummern dabei raus. Zum Beispiel hatten wir jetzt die weltweite Island-Kampagne, zu der ich die Leute teilweise mitgenommen habe. Es geht gemeinsam einmal um die Welt. Das macht mich stolz.“

Traegi scheint Fuß gefasst zu haben und ist im Geschäft. Denken wir noch, als wir von ihm selbst schnell auf die Tatsachen der Realität verwiesen werden.

„Im Moment ist die Außenwirkung extrem geil. Veröffentlichungen, Fernsehen, es geht ab. Auf der anderen Seite war ich vier Monate ohne Wohnung und stehe kurz vor einer Privatinsolvenz, weil es von außen geil aussieht,

aber im Grunde nicht viel reinkommt. Es ist unglaublich schwierig. Corona ist schwierig. Teilweise sitze ich da und überlege meine Kamera zu verkaufen, damit ich irgendwie von den Steuerschulden wegkomme. Ich hustle mich da durch, obwohl es für mich manchmal schwer begreifbar ist. Ich hoffe das ich irgendwann von der Fotografie so leben kann, ohne dass ich keine Angst davor haben muss, den nächsten Monat zu überstehen.“

Das sind in ihrer Ehrlichkeit seltene Worte, die nachhaltig beeindruckt. In diesem Moment macht Nouki uns darauf aufmerksam, dass wir verbotenerweise auf einem Rasen stehen, der nicht dazu gedacht ist.

Traegis Bilder von Körpern, fokussiert auf deren Merkmalen und Makel, in Verbindung oder besser in Gegenüberstellung mit Strukturen aus der Natur, finden zum Teil einen kleinen Abschluss in der aktuellen Ausstellung in Köln. „Wenn ich ein Bild zeige, beispielsweise einen Körper mit Dehnungstreifen und setze das schön in Szene, dann stehen die Leute davor und finden das vielleicht ganz schön. Es ist aber eine Wertung. Wenn



ich ein Bild aus der Natur daneben setze, was die gleiche Struktur zeigt, entsteht ein Dialog, eine Entdeckung. Die Wertung des Körpers entfällt.

Im Gegenzug sind die Naturfotos die ich mache, Herzblut. Solange kein Mensch um mich herum ist, bin ich komplett frei. Ich schaue mir die Landschaften an, entdecke Licht und Schatten. Beispielsweise hier in der Flora, die ich immer wieder besuche. Irgendwann kenne ich das Verhalten der Motive zu bestimmten Tageszeiten und unter unterschiedlichen Einflüssen. Das ist ein großer Lernfaktor.“

Wir wollen Traegis Meinung zu dem großen NFT-Hype wissen. Nach einer Einladung auf Twitter, bestand für ihn die Möglichkeit selbst Bilder auf der beliebten Foundation-Plattform zu minten, sprich zum Verkauf anzubieten. „Am Ende lerne ich halt immer wieder, sobald ich Geld für etwas investiere, ohne zu wissen was dabei rumkommt, ist es unglaublich schwierig. Ich habe über die Plattform einige gute Fotograf*innen kennengelernt, die sehr tolle Arbeiten dort anbieten und inspirierend für mich sind, aber verkauft habe ich nichts. Niemand wollte sich mein Bild für einen Ethereum, was ca. 2.700 Euro sind, jeden Tag auf seiner Apple Watch ansehen.“ Was NFT mit der Blockchain-Technologie für die Zukunft der Fotograf*innen bedeutet ist schwer zu sagen. Auf jeden Fall gibt es bereits Fotografinnen und Fotografen, die ihre Arbeit fast ausschließlich darauf ausgerichtet haben. Traegi findet es absolut nicht verwerflich, aus seiner Arbeit auch Geld machen zu wollen. Aber am Beispiel NFT muss es für ihn nebenherlaufen. Nur mit dem Hintergedanken zu fotografieren, später NFT's daraus zu generieren, wäre für ihn nicht denkbar. Das würde schlicht seinem Anspruch an der Arbeit nicht gerecht werden. Um seine Arbeit zu verkaufen, muss eine Künstlerin oder ein Künstler das Gesamtpaket präsentieren können. Ein smarter medialer Auftritt gehört ebenso dazu, wie die Fertigkeit. So steigert sich der Wert der Arbeit. Nur eines davon reicht eben nicht. Auf dem NFT-Markt ist es nun möglich zu verkaufen, ohne die eigene Persönlichkeit zu präsentieren. Das bringt wieder andere Leute ins Spiel. Den Wert hat schließlich nur das Bild. Vielleicht überrumpelt uns dieses faire Prinzip. Wir werden dieses Thema in dieser Ausgabe in weiteren Artikeln ausführlicher behandeln.



Bild: © Noutko

Mittlerweile versuchen wir gegen die gefühlten tausend Frösche anzusprechen, die hinter uns berserkern als gäbe es kein Morgen. Ein guter Zeitpunkt Traegi nach einem Tipp zu fragen, den er aus seiner Erfahrung und seinen Werten heraus, jungen Leuten auf ihren beruflichen Weg geben möchte. „Niemand sollte sich dagegen sperren, auch mal einen Traum liegen zu lassen und stattdessen was anderes mitzunehmen, um zu gucken was sich daraus dann entwickelt. Es war toll Model zu sein oder Influencer und Skateboarder. Ich habe gedacht ich bin der Geilste der Welt. Und das hat dazu geführt, dass ich kaputt gegangen bin. Am Ende sollte jeder darauf achten wo er herkommt und immer sehr respektvoll auf Augenhöhe seinem Gegenüber eine Wertschätzung entgegenbringen. Dann passieren wunderschöne Dinge.“

Manchmal sind es solche einfache, aber ernst gemeinte und authentische Worte, die einen solchen Nachmittag besonders machen.

TRUE COLORS

by Sebastian Trägner

EKTRA offspace Köln

30. April bis 3. Juli 2022

Tipp:

Am 18.06. und 02.07. werden Exklusivführungen mit Sebastian Trägner durch seine Ausstellung angeboten.

Anmeldungen dafür über:

www.30works.de

CHEFSACHE

Randale

In der Tradition verloren

von Carsten Gritzan

Wir haben eine Meinung zu den Themen des Schwarz Magazins. Ganz besonders unser Chefredakteur. Gerne provokant, jedoch nicht ohne ein Augenzwinkern, lädt er ein zur Diskussion.



Bild: © Sebastian Trägner

Das Schwarz Magazin liebt und lebt das kreative Druckhandwerk. Unser Verlag betreibt mit dem Printer's Kiosk eine kleine Druckwerkstatt, in der täglich Kundenaufträge gefertigt und Experimente durchgeführt werden. Im Buchdruck, Letterpress, Siebdruck und der Weiterverarbeitung versuchen sich Studierende, Interessierte und Berufsanfänger*innen im Rahmen von Workshops oder Projekten in ihren Fertigkeiten. Sie lernen, zweifeln, lachen, fluchen und kombinieren. All dies mit einer erfrischenden Begeisterung. Wir dürfen uns ein Bild machen, eine Meinung bilden. Wir berichten nicht nur über das Handwerk, wir führen es aus. So, wie wir es für richtig halten. Mit den Ideen des jungen Kreativ-Nachwuchses.

Ich selber habe seinerzeit eine Ausbildung zum Schriftsetzer abgeschlossen. In einer kleinen Druckerei, gekoppelt an eine örtliche Tageszeitung. Klassisch, traditionell und jenseits der Innovation. Wie in vielen Betrieben, die sich Mitte der 80er-Jahre in

einem branchenspezifischen, revolutionären Umbruch befanden. Fotosatz, Computer, Pagemaker...alles war neu. Aus der Werkstatt wurde ein Büro. Die Dunkelkammer mein Zuhause. Eine neue Ära hatte begonnen, dies durfte ich hautnah miterleben. Vergessen hatte man allerdings, dass zu einem ordentlichen Umbruch auch ein entsprechendes Umdenken gehört. So übertrug sich das durch Regeln und Tabus durchzogene Mindset auf die neuen Technologien. Die Berufsschulen, ordentlich überfordert die technischen Möglichkeiten in den Lehrplan einfließen zu lassen, arrangierten sich mit der Einfachheit. Dem Gewohnten.

Nun bestand die Aufgabe eines Schriftsetzers und eines Buchdruckers bei weitem nicht darin, kreativ zu sein oder bahnbrechende Designs auf das Papier zu bringen. Es mussten in einem hohen Tempo Auftragsarbeiten gefertigt werden. Ein Kreativ-Handwerk ist es erst heute. Der Luxus des "Nichtbrauchens" lässt das nostalgische Herz höher schlagen. Mit viel Zeit und dem plötzlichen Nimbus der Kunst im Nacken, weckt

das Handwerk bei älteren Semestern, ja auch bei mir, ein wohliges, romantisches Gefühl hervor. Weil eben nicht mehr daran zu denken ist, mit den Arbeiten Geld verdienen zu müssen. Wie ein Super 8-Film, der rattert und knattert, schlimm anzuschauen ist, ordentlich Geld kostet und trotzdem glücklich macht, ist nun alles Kunst was grobschlächtig mit Holzlettern gesetzt wurde oder aufwendig, penibel genau im Bleisatz erstellt wurde. Was mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln der Tradition, nach allen typografischen Regeln und Gesetzen der “guten alten Zeit” produziert wurde. Toll. Aufwendig. Interessiert nur ausser den Machern niemanden mehr. Ein wesentlicher Bestandteil der Kunst ist die Limitierung. Für das Gegenteil wurde der Druck erfunden. Diese Brücke ist nicht allein mit Nostalgie zu bauen.

Es gibt seitens der gestalterischen Berufsanfänger*innen eine große Nachfrage bezüglich des Erlernens des Druckhandwerks. Aus den besten Gründen die es geben kann. Als Ausdrucksform, als Werkzeug zur Umsetzung von eigenen Ideen und Projekten, die ein Zusammenspiel von Design und Handwerk innehalten. Projekte, die digitale Tools mit der Werkstatt verbinden. Vor dem Prozess, währenddessen und nachher. Gestandene Designer und Designerinnen nutzen die Möglichkeiten der Werkstätten seit vielen Jahren als Stilmittel für auftragsbezogene Produktionen. Zum Beispiel im Letterpress-Bereich. Kaum eine hochwertige Verpackung oder Visitenkarte kommt noch ohne eine Prägung aus. Ob Blindprägung oder Heißfolienprägung, gut eingesetzt sind die Arbeiten ein Garant für Qualität und Auffälligkeit. Weil eben an den Ursprung einer Druckproduktion gedacht wurde. Durch einen Auftrag konzipiert soll das Ergebnis zum Kauf animieren. Was interessiert die Verbraucher*innen? Was interessiert die Nutzer*innen? Wie kommt die aufwendig gestaltete Geschäftsausstattung bei den jeweiligen Zielgruppen an? Kann Qualität in der Produktion auch die Qualität meines Unternehmens transportieren? Das sind Fragen die sich Auftraggeber*innen, die sich Designer*innen stellen. Und den Werkstätten in der heutigen Zeit eine fundamentale Berechtigung geben.

„Ein wesentlicher Bestandteil der Kunst ist die Limitierung. Für das Gegenteil wurde der Druck erfunden. Diese Brücke ist nicht allein mit Nostalgie zu bauen.“

Der Umgang mit Letterpress ist allerdings auch ein gutes Beispiel für die eingefahrene Denkweise derer, die sich eigentlich wünschen, dass Tradition und Handwerk weiterleben sollen. Derer, die sich auf die Fahne schreiben, den Nachwuchs an Bord holen zu wollen. Nun stelle ich absichtlich provokant die Frage, wie dies funktionieren soll, wenn sogar Letterpress als dilettantischer Buchdruck von den “alten” Experten abwertend abgehandelt wird? Buchdruck darf nicht als solcher erkannt werden, ist die Argumentation. Nun ja, wieso dann Buchdruck? Weil es Geld kostet, sehr aufwendig ist und lange dauert? Sind dies Qualitätsmerkmale, durch die man sich und seine Arbeit definieren soll?

Der Nachwuchs muss auch Miete zahlen und einkaufen gehen. Warum sollte dieser also einen toten Beruf erlernen wollen? Nicht jede Gestalterin, nicht jeder Gestalter kann mit Kunst seinen Lebensunterhalt bestreiten.

Irgendwann hängt in jeder Küche ein Poster mit lustigen Sprüchen, die mit Holzlettern gesetzt wurden. Und selten kaufen Leute Bücher für 1000 Euro und mehr, weil diese im Handsatz gesetzt wurden.

Es gilt zu hinterfragen, ob der alleinige Prozess des Handwerks ausreicht um ein gestalterisch wertiges Ergebnis zu erzielen. Kommt es nicht auf die Idee an, auf die kreativen Fähigkeiten? Und schließlich auf die Ausführung? Oft sind Handsatz und Buchdruck, also die Werkzeuge, die einzige Definition der Gestaltung. Ein Kuchen schmeckt auch erst gut, wenn das Rezept gut ist. Und nicht weil man den Ofen anschalten kann. Auch hier hängt die romantisierte Wolke des Handwerks über allem. Die schweren analogen Maschinen,

die Lettern, der Geruch der Farbe, die schmutzigen Hände. Ich selber bin ein großer Fan davon. Sicher treiben auch die heutigen uneingeschränkten digitalen Möglichkeiten im Design, Student*innen in die Werkstätte. Hier haben alle die gleiche Voraussetzung und maschinenbedingte Einschränkungen sorgen für eine faire Konkurrenz. Die Nachfrage, diese wundervollen Techniken zu erlernen, ist also da. Das erfahren wir täglich.

Wie schon beschrieben, haben Designer*innen einen Weg gefunden, das kreative Handwerk auch wirtschaftlich wieder interessant zu machen. Liebe Buchdrucker*innen und Schriftsetzer*innen der alten Schule, habt davor bitte Respekt. Gebt euer wertvolles Wissen an die jungen Leute weiter. Lehrt die Techniken, die Kniffe, die Tricks und

erzählt von der Tradition, von den Regeln, den Gesetzen und brecht diese gemeinsam und mit großem Hallo. Lernt von den Ideen des Nachwuchses. Geniesst den Wandel, erforscht die Nachfrage, kombiniert, seid kreativ. Macht coolen Scheiss, der auch Interesse jenseite der eigenen Blase weckt.

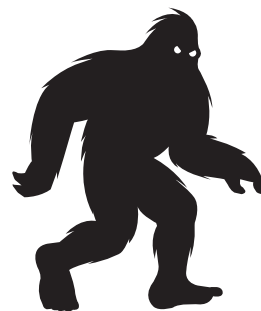
Das Privileg den Beruf des Buchdruckers, der Buchdruckerin oder den des Schriftsetzers, der Schriftsetzerin in einer Zeit erlernt zu haben, in der dieser wichtig und angesehen war und zudem gut bezahlt wurde, berechtigt die heutige Sturheit, ja Arroganz bezüglich neuer Einflüsse und Entwicklungen keineswegs. Seid euch der Verantwortung bewusst, die letzte Generation zu sein, die dieses Wissen noch vermitteln kann. Scheiss auf Tradition, es lebe das kreative Handwerk.

Marché Noir **04.09.22**

Die Messe für Besonderes im Ruhrgebiet!

**LWL-Industriemuseum
Zeche Zollern Dortmund**

www.retro-amour.de



Jan Schwarzkamp

Das Schließen der Schubladen

Im Medienbusiness unterhält und beschäftigt die Musik, mit ihrer ausladenden Bandbreite, jede Sparte unserer Branche. Weiß sie doch die kreativen Disziplinen so zu vereinen, wie keine andere Kunstrichtung es vermag. Keine neue Veröffentlichung, egal in welchem Genre, kommt ohne Marketing und Artworks aus. Wie ausführlich und über welche Kanäle ist vorab zweitrangig. Ob große Musikkonzerne ihre Promo-Maschinen anwerfen oder kleine DIY-Kampagnen gestartet werden, an die Öffentlichkeit wollen alle Musiker*innen. Und es gab nie ein breiteres Spektrum an Möglichkeiten gehört zu werden.

In der Musik sind Entwicklungen immer schneller offensichtlich gegenüber anderen Künsten. Trends und Hypes lösen sich stilbildend ab. Und das betrifft nicht allein die Veröffentlichungen in den Genres. Das betrifft auch das Konsumverhalten der Hörer*innen. Vinyl, gerade wieder sehr populär, hat die CD weitgehend abgelöst. Gefühlt mochte die eh keiner. Sie war halt unwiderlegbar praktisch. Aber als Wohlfühl-Ergänzung zum Stream, kann die CD dem Vinyl nicht das Wasser reichen. Spotify, Apple, Amazon und weitere Anbieter buhlen mit immer umfassenderen Angeboten um die Abonnenten. Und bestimmen den Markt. Künstler*innen klagen darüber, alle anderen haben

Verständnis, nutzen diese Dienste trotzdem. Weil sie eben in ihrer Funktion alternativlos sind. Und eben wieder so fürchterlich praktisch.

Wir schreiben unzählige Artikel über Inspiration in unserem Magazin und haben es bisher verpasst einen würdigen Platz für einen der unfraglich wichtigsten Einflüsse für eine Vielzahl von Gestalter*innen freizuhalten. Wie könnten wir dies besser nachholen, als über unser Gespräch mit dem Radiomoderator, Musikredakteur und DJ, Jan Schwarzkamp zu berichten.

„Print-Magazine sind meiner Meinung nach nicht mehr das Medium für junge Menschen. Sie wachsen mit dem Second Screen, dem Pad und dem Smartphone auf. Dort holen sie sich ihre News und sitzen nicht am Frühstückstisch mit ihrer Tageszeitung. Das ist schon eine Problematik für den Printbereich. Es ist eine Aufgabe, die jungen Leute da wieder heranzubringen, dass Magazine eben nicht aussterben, so wie es vielen Veröffentlichungen in den letzten Jahren halt ergangen ist.“ Die jüngeren Generationen gewöhnen sich das Besitz-Verlangen ab, welcher in der Generation 40+ noch tief verwurzelt ist. Ein Magazin wird am Kiosk gekauft, eine Platte muss zu den anderen ins Regal gestellt werden können. Die Sammelleidenschaft scheint der jüngsten Ver-



Bild: © Radio Fritz

haltens-Evolution zum Opfer gefallen zu sein. „Was in diesen Zeiten gar nicht so verkehrt ist. Papierpreise steigen, Vinyl-Zusätze sind Mangelware, es ist nicht verkehrt, digital zu konsumieren. Allerdings muss ich zugeben, dass ich mich den Streaming-Diensten weitgehend verweigere. Gerade Spotify, schlicht weil die Künstler*innen dort nicht fair bezahlt werden. Auch tue ich mich schwer damit, einfach alles digital auf einem Silbertablett serviert zu bekommen, alles steht zur Verfügung. Trotzdem fehlt mir was. Es ist kompliziert.“

Wer mit den digitalen Lösungen, mit deren Handhabung und den Anwendungsmöglichkeiten aufwächst, wie unsere jüngste Generation, vermisst später auch nichts. Die Zielgruppen teilen sich entsprechend der Generationen. Interessant wird es eine Schnittmenge zu generieren. In der sich zur Zeit vielleicht Vinyl und Print befindet. Nun kommt es darauf an innovative Brücken zu bauen, die den jungen Leuten einen Mehrwert vermitteln können. Wenn das nicht gelingt, haben die analogen Alternativen keine Berechtigung weiter zu existieren. Lässt die Nachfrage nach, ist die reine Nostalgie auch keine Lösung mehr.

Für nachkommende Musikschaaffende werden ebenfalls eine Fülle an Kanälen zur Verbreitung ihrer Werke geöffnet. Social Media spielt hier natürlich weiterhin eine große Rolle. „Es gibt in diesen Tagen für junge Bands mehr Möglichkeiten denn je, sich aufzustellen und auf sich aufmerksam zu machen. Mir ist mit der Zeit aufgefallen, dass die Bands klar im Vorteil sind, die in ihren Reihen Leute haben, die sich mit den digitalen Strukturen, mit Marketing und Design sehr gut auskennen oder in diesen Bereichen arbeiten. Und die Möglichkeit haben, darin Zeit zu investieren. Ich kann



Podcast:
Der Soundtrack
meines Lebens

jeder jungen Band nur raten sich damit auseinanderzusetzen und dafür zu sorgen einen guten digitalen Auftritt zu haben. Wie viel das am Ende bringt, hängt natürlich auch von der Qualität der Musik ab und ob es von den Leuten erreicht und gemocht wird. Instagram, Facebook und Bandcamp sind schon sehr wichtig und solln in Anspruch genommen werden.“

Hört sich eigentlich alles gar nicht so schwer an. Ist es aber wirklich für eine Band leichter als noch vor zwanzig Jahren? „Heute kannst Du recht easy mit allen für das Business wichtigen Leuten in Kontakt treten. Du musst nur smart genug sein. Natürlich wird das Angebot immer breiter und die bestehenden Bands sterben ja nicht. Die machen auch noch in den nächsten Jahren weiter und sind gut aufgestellt. Zusätzlich kommen pausenlos neue Bands dazu. Dort dann einen Fuß in die Nische zu bekommen, ist Glückssache. Das hat ja nichts mit der Qualität der Musik zu tun. Trotzdem kann eine professionelle Präsentation nicht schaden.“

Auch die Produktion und der Vertrieb kann mit viel Engagement selber in die Hand genommen werden. „In meiner Sendung bei Radio Fritz, habe ich schon Bands gefeatured, die ihre erste EP oder das erste Album herausgebracht haben, auf die ich irgendwie aufmerksam geworden bin. Da ist mir aufgefallen, dass einige Musiker*innen genau wissen was sie wollen und was sie dafür tun müssen. Mittlerweile kannst du alleine technisch viele Dinge selber lösen, die noch in den neunziger Jahren undenkbar gewesen wären. Es ist möglich sich gutes, digitales Equipment zu kaufen oder auszuleihen. Oder man ist entsprechend vernetzt. Viele Bands bemühen sich mit dem DIY-Prinzip. Die Bands wollen auch nicht

mehr ihr Glück in die Hände einer Plattenfirma legen, um am Ende im Zweifel ausgenutzt zu werden. Die Bands gründen schon vermehrt seit einigen Jahren ihre eigenen Labels, um Platten zu veröffentlichen. Die dadurch aufkommende Arbeit müssen die Musiker*innen natürlich einpreisen. Die Band mit eigenem Label wird dann zur eigenen Firma, die es professionell zu leiten gilt. Wer halbwegs geschickt ist, dem mag das gelingen. Es muss immer ein bis zwei Köpfe in der Band geben, bei denen die Fäden zusammenlaufen.“

Je mehr Bands diesen Weg gehen, umso mehr animieren sie ihre Kolleg*innen diesen Erfahrungen nachzueifern und zu verbessern. Ein Domino-Effekt, den vielleicht über einen längeren Zeitraum auch die bestehenden Label zu spüren bekommen. „Ich finde diesen DIY-Gedanken toll, der ursprünglich aus dem Hardcore-Punk-Bereich kommt, sich so diversifiziert hat. Und es die Tools gibt, dies noch weiter zu vereinfachen und auszubauen.“

Also auch in der Musik weitet sich die Idee immer weiter aus, wie in den anderen Kunstrichtungen auch, un-

abhängig zu sein. Eigene Label, eigene Verlage, eigener Vertrieb, eigene Agentur. Die digitalen Strukturen und Vernetzungen machen dies heute möglich.

Jan vermutet, dass in der Musik die große Zeit der Wellen vorbei ist. Wir befinden uns in einer Art Post-Genre-Zeitalter. „Es gibt immer mehr Bands, die sich bei ganz vielen Dingen bedienen. Die sind als Digitale Natives aufgewachsen. Viele unterschiedliche Sachen werden zusammengebracht, weil dieses Schubladendenken bei vielen Musiker*innen verschwunden ist. Es gibt gerade jetzt viele gute Beispiele dafür.“

Jan Schwarzkamp:

Redakteur (VISIONS),
DJ (Trusty Chords etc.),
Podcaster,
Radiomoderator (Stahlwerk:Rock @ FRITZ)

www.visions.de
www.fritz.de
www.instagram.com/janschwarzkamp



© Jan Schwarzkamp

**Scheiß
Schwarz**

**Der
Shop
zum
Schwarz**
Magazin



SHOP.SCHWARZ-MAGAZIN.DE



Maria Knaub

Wenn Maria erzählt...

von Becky Emily Mount

Signale der Erde. Damit gemeint sind nicht die Warnhinweise unseres Planeten, weder schmelzende Eiskappen in der Arktis, noch die zunehmenden Dürre-Phasen der Serengeti. Kein Aufschrei dieser Welt an ihre Bewohner, sondern der Versuch, der Fußabdruck unserer Gesellschaft zu sein. Ein Zeichen unseres Lebens und Überlebens. Auf zwei Schallplatten reduziert, irgendwo im Weltall, die Existenz der Menschen und der Welt, die wir so überheblich unsere Eigene nennen. Komprimiert auf 116 Bilder, 90 Minuten erdlicher Klänge und Grußbotschaften auf 55 Sprachen stellen zwei extravagant goldene Platten uns vor. Menschen, Musik, Natur. Dazu verdammt

lange über die Lebenserwartungen unseres Planeten das All zu durchstreifen. Auf der immer währenden Suche nach fremdem Leben, nach einer Zukunft die unsreiner Vorstellung bei weitem übertrifft.

Es ist ein Mammut-Projekt, das der US-Amerikanische Forscher Carl Sagan 1977 in den Weltraum schickte. An Bord zweier Raumsonden, eingängig Voyager 1 und Voyager 2 genannt, der Versuch, die Menschheit der Eventualität außerirdischen Lebens vorzustellen. Ihnen mit Frieden und Freundschaft zu begegnen. Vorausgesetzt man könne in den kühlen, dunklen Weiten des Alls tatsächlich jemandem begegnen, dem man etwaige Freundlichkeiten anbieten könnte. Zusammengefasst hat Sagan sein Lebenswerk auf knapp 300 dichtbeschriebenen Seiten und taufte es Signale der Erde – Unser Planet stellt sich vor. Aneinander gedrängt reihen sich Grafiken an Text, erzählen minutiös vom Prozess und der Entwicklung. Mit fast unangemessener Neugier begegnen viele diesem Thema. Das Weltall, Außerirdische und eine

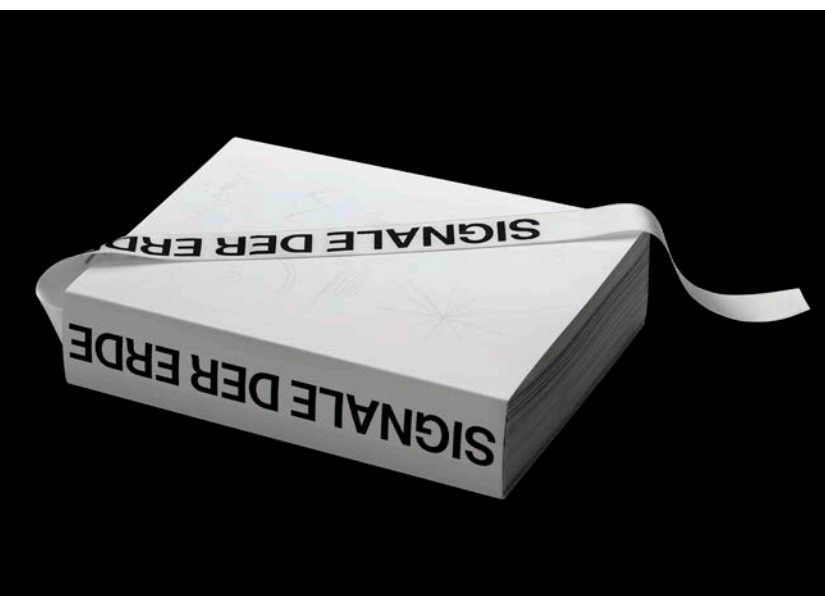


Bild © Maria Knaub



Bild: © MARTIN DE CRIGNIS www.martindecrignis.com

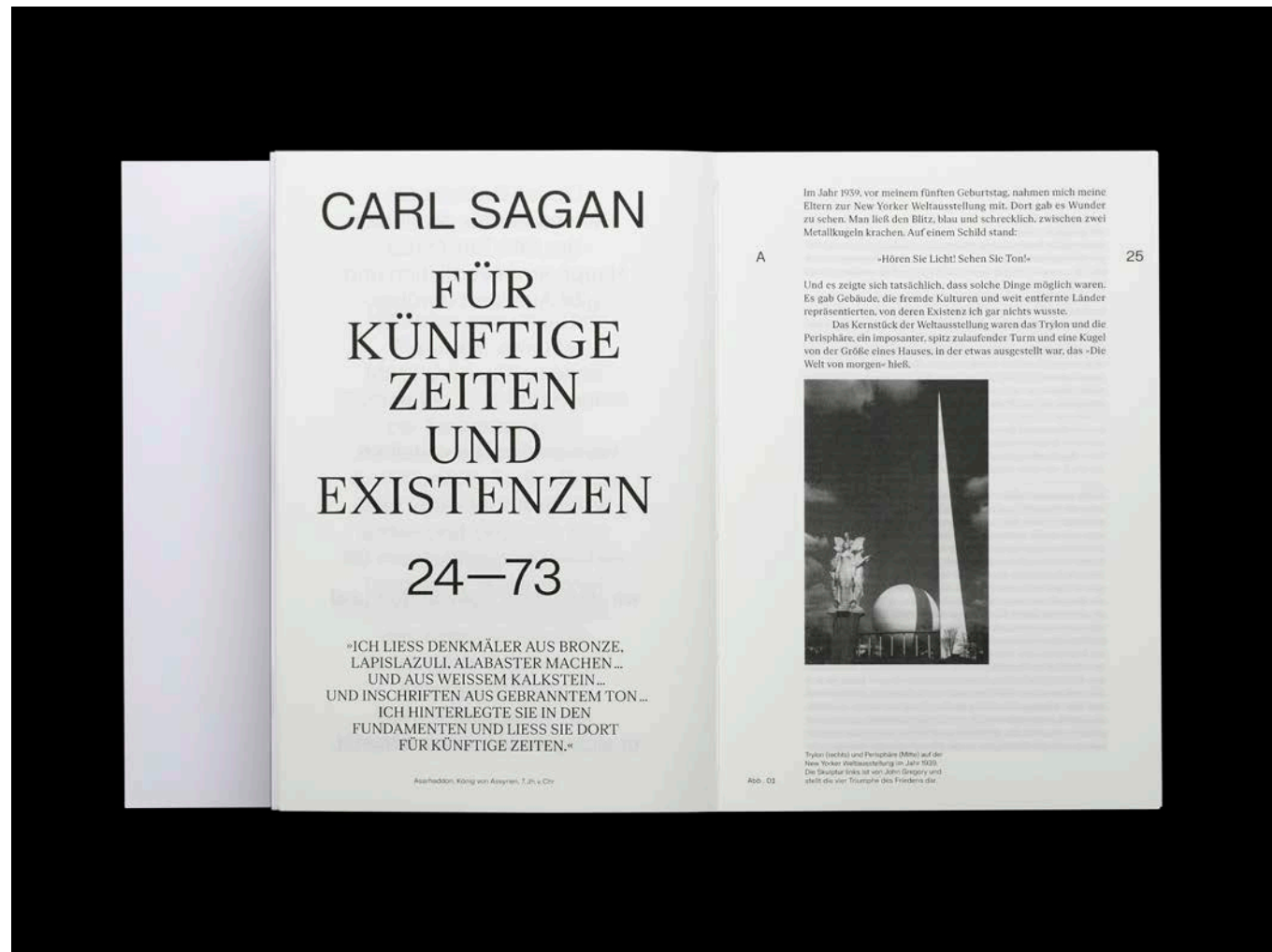


Bild: © Maria Knaub

Mission. Die heilige Dreialligkeit. Was ist das für eine Schallplatte? Was ist da drauf? Wer hat das entschieden? Fragen über Fragen drehen ihre Runden, lassen nicht los. So wie es auch Maria nicht losgelassen hat, als sie vor knapp einem Jahr damit konfrontiert wird. Gemeinsam in der WG-Küche, zwischen Kaffee und Kippen. Das Thema fällt. Und Maria fängt es auf.

Maria ist Gestalterin. Mit ihrer Neu-Erzählung des Buches Signale der Erde beendet sie ihr Kapitel als Studentin, und beginnt nun eine vielversprechende Zukunft...

Schon immer trägt sie eine Faszination für das Weltall und Weltraumfahrten in sich. Ihr Interesse – klar zu trennen von Wissen fügt sie ernst hinzu – hat sie schon einige Projekte dazu verwirklichen lassen. „Das Weltall ist so ein riesiges Ding, von dem wir doch so wenig mit-

bekommen. Und dann der kleine Mensch, der da versucht drin herumzuwühlen. Das find ich faszinierend und auch irgendwie witzig.“

Wenn man ihre Arbeiten betrachtet, merkt man schnell: Maria besitzt ein untrügliches Gespür für Gestaltung. Ihre Projekte sind bis ins kleinste Detail durchdacht, ihr Umgang mit Formsprache wirkt, als wäre es ihre Muttersprache. Nichts wirkt an den Haaren herbeigeführt oder gar erzwungen. Ihre Gestaltung ist auf den Punkt, gezielt weißt sie auf, was sie ausdrücken will. Kein Schnickschnack, kein Gerede um den heißen Brei. Was Maria anfasst, was sie auch erzählt, es wirkt echt. Vor allem aber hat Maria ein Gespür für Geschichten, Erzählungen. Wenn sie erzählt, dann von Wirklichkeiten. Von Absurditäten und von Alltäglichkeit. Von Spektakulärem.

Von Carl Sagan und seinen Voyager Golden Records.

So entscheidet Maria sich, Signale der Erde neu zu erzählen. Nicht spontan, sondern ganz bewusst, um Zugänglichkeit zu schaffen. Sie schaufelt Grafiken, Tabellen und Text frei, schafft neue Strukturen und Narrative. Mühsam wühlt sie sich durch das engmaschig gestaltete Original, überarbeitet Infografiken, bearbeitet Bilder und Texte. Alles neu. „Ich fand das sehr reizvoll. So einem Inhalt, vor allem wenn er so altbacken und unpassend verpackt ist, eine neue Gestalt zu geben. Es zugänglich zu machen.“ Und für die neue Gestalt nimmt sie so einiges in Kauf. Fast ein Jahr lang tüftelt sie an der neuen Form. So muss sie die fehlende Digitalisierung des Buches und der Inhalte der Golden Records selbst in die Hand nehmen. „Ich sah mich dazu gezwungen, diesen Text selbst zu digitalisieren. Im Endeffekt saß ich da und habe das Buch fast abgeschrieben. Sie scannst jedes einzelne der 116 Bilder der Golden Records ein. Auflösung? So groß, dass man sie schon fast vom All aus sehen kann. Das hat auch ewig gedauert. Da kannst du dir bei jedem Bild einen Kaffee holen gehen. Und das mal 116.“ Maria lacht. Ein riesen Aufriss und jede Menge Koffein.

Das Ergebnis saugt einen ein, wie in einem schwarzen Loch verschwindet man in der Geschichte. In einer gänzlich neuen Formsprache leitet Maria festen Fußes durch Signale der Erde. Sie hat wieder Leben eingehaucht, in Altbackenes, hat den Voyager Golden Records den Schrecken des Wissenschaftlichen genommen. Menschlich und erzählerisch, so fasst sie ihr Werk zusammen. Wenn man sich ernsthaft hinsetzt und dieses Buch liest,

dann kann man eigentlich gar nicht anders als weiter zu lesen. Egal wie viel Lust man auf Fließtext hat, man wird hinein und wieder hinaus geführt und nimmt immer etwas mit.

Fast 50 Jahre später erfährt die verstaubte Weltraum-Mission durch Maria erneut Relevanz. Wer Signale der Erde jetzt in der Hand hält, blickt auf ein klares, zeitloses Buch. Ein Buch, das wie seine Gestalterin selbst, Ruhe, Offenheit und Neugier ausstrahlt. Es fängt ein, zieht in seinen Bann und spuckt einen dennoch mit mehr Fragen als Antworten wieder aus. Was bleibt von uns, wenn wir unseren eigenen Lebensraum vollends zerstört haben? Wenn es die Menschheit nicht mehr gibt? Wie werden wir wahrgenommen, und was wollen wir hinterlassen? Als Gemeinschaft, als Individuum? Es entsteht mehr Raum als ursprünglich veranschlagt, durch blättern, lesen, reflektieren. Raum für Zukunft.

www.mariaknaub.de

www.instagram.com/flyingmariyeah

Bild: © Maria Knaub

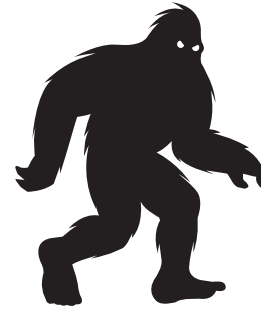


NFT- Museum Hamburg

Mit offenem Visier

NFT, ein "Non Fungible Token". Oder in Deutsch, "Unveränderbare kryptografische Kennung". Kein Medium lässt es sich nehmen aktuell ausführlich über diese wegweisende Entwicklung zu berichten. Ist ja auch wichtig, ist ja die Zukunft. In Magazinen und im Web gibt es viele Meinungen und sehr viel Aufklärungsarbeit. Es kommen eine Menge neue Begriffe ins Spiel, die bisher keine große Rolle in der öffentlichen Wahrnehmung gespielt haben. Diese gilt es nun zu etablieren, so schnell es geht. Denn der Markt soll sich öffnen. Wallets, Kryptowährungen, OpenSea, Foundation, Minting und so weiter. NFT's werden aus Mediensicht kaum kritisch betrachtet. Warum auch. NFT's passen in den Zeitgeist und bieten aus Künstler*innen-Sicht einen fairen Handel, vielleicht zum ersten Mal in der Geschichte.

Nur verhält es sich mit den NFT's und der Blockchain-Technologie wie mit allen anderen bahnbrechenden Entwicklungen. Der Effekt, der Nutzen ist nur so stark wie der Gebrauch und Einsatz dieser Möglichkeiten. Und da liegen aktuell Welten zwischen den verschiedenen Herangehensweisen. Es ist nachvollziehbar, dass kein Schaffender verpassen möchte auf den NFT-Zug aufzuspringen. Schließlich ist viel Geld mit den eigenen Werken zu verdienen. Das zeigen zahlreiche



animierende Beispiele, gerade aus den USA. Nach dem Motto "Dabei sein ist alles" wird also gemintet bis die Ketten brechen. Die Euphorie wird in der Regel schnell gebremst. Irgendwie kauft dann doch keiner die Werke für 1 Ethereum und mehr (zurzeit ca. 1.900 Euro, ändert sich aber ständig). Klar, weil es nicht um das Werk geht. Wer vorher keine Gemälde, Fotografien oder anderen Kunstwerke auf dem Kunstmarkt verkauft hat, dem werden NFT's auch nicht weiterbringen. NFT reduziert die Kunst recht ehrlich auf eine Wertanlage. Die Käufer*innen bezahlen für die Reputation und die Reichweite, sie bezahlen für den Wert der Künstler*innen auf dem Markt. Es bleibt also alles wie es ist. Möglich, dass sich das noch ändern wird. Hier entscheidet die Innovation, der Umgang mit dem Potenzial.

Aber lassen wir uns doch die NFT-Welt von jemandem erklären, der es wissen muss. Ohne uns in technische Details zu verlieren sprechen wir mit Roman Gilz, dem Fotografen und Gründer des NFT-Museums Hamburg. Zusammen mit Ekkehart Opitz und Gordan Nikolic entwickelt er das Museums-Konzept. Roman selbst polarisiert stark mit seiner Arbeit. Er befindet sich im Spagat zwischen erotischer Fotografie und Kunst, immer an der Grenze zur Provokation. Provokation macht ihm Spaß, ohne dass er jedoch darauf



verzichten möchte verstanden zu werden. Das zerrt. Roman regt sich gerne auf, über die anderen, über sich. Er zweifelt und grübelt, will unbedingt was Schaffen, was Neues entwickeln. Er will die Aufmerksamkeit, er ist ein Original. Roman kann auf alle Höhen und Tiefen in seinem Gewerbe zurückblicken. Alternativen haben keine Chance, immer mit dem Kopf durch die Wand. Der Fotograf ist einer der Ersten, der sich intensiv mit dem Thema NFT auseinandergesetzt hat und wittert früh die Möglichkeiten. Vor ein paar Jahren noch war NFT für niemanden ein Begriff. Schlussfolglich ist es Roman, der Deutschlands erstes NFT-Museum ins Leben ruft.

Das NFT-Museum Hamburg hat keine Adresse. Das Museum bestreitet den konsequenten Schritt in die digitale Welt. Erschaffen, kuratiert und administriert werden die Räume von Roman selbst. THE NEXT GENERATION OF ART TRADING, so wirbt das Museum auf der Webseite. Und zeigt damit unverblümt, worum es geht. Auch digital ist der Sinn einer Galerie oder einer Ausstellung vorrangig der, die Werke zu verkaufen. Und kaufen kann der Besucher die Arbeiten und Projekte aus diversen Disziplinen der Kunst. In eigens dafür geschaffenen VR-Räumen können sich die Besucher*innen, in Form eines Avatars, verschiedene Kollektionen auswählen und zu den, ebenfalls auf der Webseite hinterlegten Verlinkungen, der NFT-Plattformen wie "Foundation" oder "OpenSea" führen lassen. Auch auf ein Gespräch unter Besucher*innen braucht man nicht zu verzichten. Chat-Möglichkeiten und weitere Features, die pandemiebedingt allseits in der Nutzung bekannt sein dürften, bieten die Räume ebenfalls. Vorausgesetzt natürlich, der



Roman Gilz

Raum hat mehr als eine/n Besucher/in.

„Mittels einer VR-Brille wird die Präsentation noch verstärkt. So schafft man es einen Kaufanreiz zu generieren. Wie in einer Galerie, die schick aussieht. Dort ist die Wahrscheinlichkeit auch höher ein Bild zu verkaufen. Für uns war es die einzig logische Konsequenz die NFT's zu präsentieren.“

Kern der Idee, ein digitales Museum zu gründen, war natürlich eine Plattform zu schaffen um die Werke präsentieren und bewerben zu können. *„Auf den gängigen NFT-Plattformen sind mittlerweile Millionen von Leuten mit ihren Arbeiten vertreten. Da ist alles dabei. Vom einfachen Strich bis zu den geilsten 3D-Künstlern. Nur sie findet keiner, wenn nicht gezielt gesucht wird.“* Auch wenn Roman selbst schon auf Erfolge auf den

Plattformen zurückblicken kann, ist er von der Resonanz, was sein Museum angeht enttäuscht. Damit spricht er direkt seine Community an, die Leute, die eigentlich in der ersten Reihe stehen sollten. Durch seine Arbeit als Fotograf gab es schon in der Vergangenheit häufiger Kooperationen mit dem Hamburger Erotic Art Museum. So auch im vergangenen Herbst. Trotz Pandemie, unter Berücksichtigung der Möglichkeiten und Regeln, veranstaltet Roman mit seinem langjährigen Kunstpartner Gott Gordan die Ausstellung "The art of cancelled culture". Präsentiert wurde die Veranstaltung von "pxxy porn", ebenfalls ein von Roman Gilz und Gott Gordan ins Leben gerufenes Kunst-Projekt, in Form eines Magazins. Roman's erotische Fotografien, die von seinem Kompagnon Gott Gordan künstlerisch bearbeitet werden. Im Erotik Museum also wurde nun zur Ausstellungseröffnung vor Ort eingeladen. VR-Brillen lagen bereit und die Möglichkeit unter Anleitung und erklärenden Worten der

Künstler*innen selbst, sich durch die digitalen Räume führen zu lassen und die NFT's anschauen zu können, stand nichts im Weg. Allerdings blieb die Zahl der Besucher*innen, trotz der massiven vorangegangenen Berichterstattung in diversen Tageszeitungen und in Fernseh-Formaten, weit hinter den Erwartungen. Woran dies liegen könnte, ist ein gutes Beispiel für die differenzierte Wahrnehmung der Situation. Die Wahrnehmung der Künstler*innen und der potenziellen Besucher*innen. Nun ist es leicht zu sagen, die Leute sind noch nicht bereit für NFT, für Blockchain, für digitale Räume. Aber wann sind sie so weit? Kreative müssen sich auch der Verantwortung stellen, dass der Wert im Nutzen dieser Formate vielleicht nicht ausreicht. Wir wissen, die Kunstschaffenden sind sensibel. Sie arbeiten hart an Projekten und sind vielleicht gedanklich immer einen Schritt voraus. Jedoch ist nicht alles was nicht angenommen wird, ein Zeichen dafür, dass die Welt noch nicht bereit ist. Und im Fall



NFT Lisa o8 © Roman Gilz



Das NFT-Museum Hamburg

Virtuelle Räume, die diverse Aussteller*innen aus den Kunst-Disziplinen präsentieren.

Bilder: Screenshots
© NFT Museum Hamburg



der NFT's darf deren eigentlicher Zweck nicht unterschätzt werden. Der Handel und die Wertanlage. Und wenn für den Kauf eines Bildes umgerechnet zwischen 500 und 2.000 Euro eingeplant werden muss, ist die Zielgruppe damit klar definiert. Nun ist zu überlegen, welcher Wert bleibt den Besucher*innen ohne einen Kauf? Vergleiche mit einem Mehrwert gegenüber einen "normalen" Museumsbesuch müssen gezogen werden dürfen.

Roman geht erfrischend ehrlich mit dem Thema um. „Natürlich geht es um Geld, wie es immer um Geld im Kunsthandel gegangen ist. Und mit NFT's ist noch mehr

Geld zu machen, weil sie ja nicht abhängig von Galerien sind. Da ist fast die ganze Welt mit im Boot. Und für die Leute die Krypto besitzen ist es ja eine Art Spielgeld.“

Ein weiteres, sehr wichtiges Thema ist die Überzeugungsarbeit, was mit einem NFT, neben dem stillen Wertanlagen-Effekt, angestellt werden kann. Hier wirken die Ansätze zur Überzeugung sehr konstruiert. Dass man sich unterwegs immer seine gekaufte Kunst anschauen kann, also immer dabei hat, ist irgendwie nicht recht überzeugend. Auch die Überlegung sich hochwertig dargestellte Projektionen seiner Käufe im

Wohnraum oder in der Firma zu installieren, ist gewöhnungsbedürftig. Und das ist der Ansatz an dem gearbeitet werden muss. Findet man hier entsprechend überzeugende Konzepte, weitere gute Kombinationen in den Kunstrichtungen, wird sich die Welt der NFT's schnell für die Masse erschließen. Vor allem muss daran gearbeitet werden, dass sich die Zielgruppen erweitern. Die Kunst hat NFT bekannt gemacht, vermutlich werden es aber andere Bereiche sein, die die Technologien so zu nutzen wissen, dass viele Menschen einen Wert nachvollziehen und davon profitieren können.

Was Roman betrifft, so hat er einen mutigen Schritt getan, den Umgang mit NFT's und der Blockchain-Technologie in Deutschland weiter in die Öffentlichkeit zu transportieren. Mit einer großen Portion Engagement und kostspieligen Investitionen für die Sache, für die Community. Seine spezielle, künstlerische Nische stellt ihn vielleicht ein Bein für ein schnelleres Vorankommen. Seine Bilder und Projekte öffnen einen großen Raum für Interpretationen. Und der wird auch

genutzt. Nicht immer positiv. Aber ändern würde Roman nichts. Da können wir uns sicher sein. Wird von Seiten der Künstler*innen der Umgang mit NFT's ehrlich und kreativ weitergesponnen, wird uns die Blockchain-Technologie noch viel Freude bereiten. Es ist absolut legitim Geld mit NFT's zu verdienen. Aus was für einer Disziplin auch immer heraus. Nur sollte man nicht mehr daraus machen als es ist. Auch wenn es in diesen Zeiten des "Storytelling"-Wahnsinns schwerfallen mag.

www.nft-museum.hamburg

www.instagram.com/nftmuseumhh

www.roman-gilz.de

www.instagram.com/romangilz

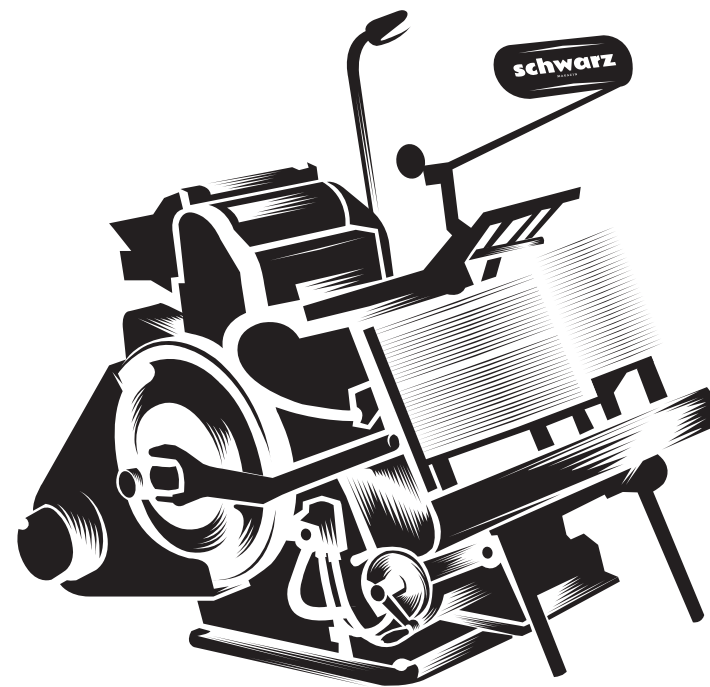
www.pxyy-porn.de



Printer's Kiosk

Die Kartenmacher

von Vinzenz Neugebauer



Das morgendliche Sonnenlicht dringt durch die Glasbausteine der Fensterfront und flutet die Werkstatt des Printer's Kiosks. Das Surren der Kaffeemaschine durchbricht die Stille. Während der braune Bohnenektar die Tassen füllt werden die letzten Vorbereitungen getroffen. Heute findet wieder einer der Werkstatt-Workshops statt. Dieses Mal kommen die Teilnehmenden sogar aus der Fachwelt. Von der IGEPA Group. Genauer: aus der Dortmunder Freytag & Petersen GmbH & Co. KG Niederlassung. Direkt um die Ecke also. Praktisch.

In Zusammenarbeit mit den Angestellten der IGEPA Group hat der Printer's Kiosk einen einmaligen Satz Visitenkarten entworfen. Zweimal verleimt und im Letterpress gedruckt. Ein premium Produkt der Extraklasse, mit garantiertem Wow-Effekt. Genau wie die bereitgestellten Papiere. Als Trägermaterial werden das Kingdom Laid high white 300g/m² und das Kingdom Wove high white 300g/m² verwendet. Die beiden Papiere eignen sich aufgrund ihres Baumwollanteils von 15% ausgezeichnet für den Letterpress. Abgerundet wird das Ganze durch die Verwendung eines dritten Papiers. Das Pergraphica Magnificent green 330g/m². Es greift die Farbigkeit der verwendeten CI auf und

bildet den Kern der Karte. Runder könnte das Produkt nicht sein, um die Qualität des Papiervertriebs zu repräsentieren.

Was liegt also näher als die Mitarbeitenden in den Prozess der Herstellung einzubeziehen? Wie bei den Workshops üblich, wird die gesamte Produktion exemplarisch durchlaufen und erklärt. Vom Einrichten der Druckformen bis zum finalen Schnitt. Pünktlich wie die Maurer fluten nun die Mitarbeiter:innen IGEPA die pittoreske Werkstatt des Kiosks. Los geht es, wie immer, mit einem Kaffee und der Sicherheitsunterweisung. Da neben dem Workshop der normale Betrieb fortläuft, müssen grundsätzliche Verhaltensweisen geklärt werden. Zudem empfiehlt es sich nicht, wenn den Teilnehmenden durch den Heidelberger Tiegel Gliedmaßen entrissen würden. Aber das versteht sich von selbst.

Nach der Einweisung und einigen Lachern geht es nun ans Eingemachte. Schnell die Schürze umgeworfen und ab an die Schippe. Kurzer Auftragscheck: Gedruckt wird zweifarbig zu zwei Nutzen. Die erste Druckform muss also eingerichtet werden. Hierzu wird ein Magnesiumklischee auf eine Trägerplatte geklebt und in den Rahmen eingespannt. Auf dem Klischee sind die



© Helmut Bauer



© Helmut Bauer

nicht zu druckenden Bereiche ausgespart, die Typografie und grafischen Elemente liegen somit höher als der Weißraum und definieren das Druckbild. „Eine astreine Schließung“ sagt Werkstattleiter Michael, als er die letzten Handgriffe tätigt.

Die Nervosität steigt, als sich die Aufmerksamkeit dem wohl ältesten Herr der Werkstatt zugewandt wird. Der Heidelberger Tiegel, auch gern liebevoll die Windmühle geschimpft. „Eine Maschine mit Patina und Seele.“ befindet Michael mit leuchtenden Augen. Kurzvorstellung: 1914 revolutionierte er den Buchdruck. Die Tiegeldruckmaschine ermöglichte kostengünstige Massenproduktionen in verschiedenen Formaten. Auch heute ist er noch in vielen Druckereien anzu-

treffen. Allerdings wird er nur noch in den seltensten Fällen zum Drucken genutzt. Aus dem Printer's Kiosk ist er jedoch nicht wegzudenken. „Der läuft und läuft und läuft“ sagt Michael als er die Maschine einschaltet. Augenblicklich breitet sich eine andächtige Stille in der Werkstatt aus. Die Maschine wirkt lebendig. Das rhythmische Schnaufen und Klacken kommt einer Atmung gleich. Aber, genug gestaunt! Farbe auf die Walzen und die ersten fertigen Andrucke werfen sich wie von selbst geordnet aus. Danach wird das Ergebnis gemeinsam begutachtet. Durch den Fadenzähler wird das Druckbild analysiert. Fast philosophisch wird nun besprochen, welche Parameter man zur gänzlichen Perfektion anpassen müsste. Könnte das Druckbild eine Idee mehr Farbe vertragen? Darf es eventuell ein bisschen mehr Druck sein? Gemeinschaftlich wird die Maschine eingerichtet und neue Andrucke gefertigt. Diese machen wieder die Runde. Nach der zweiten Korrektur sind alle zufrieden.

Für das abschließende Feintuning reichen ein zwei geübte Griffe. Hier kurz gedreht, da eine Klammer verschoben. Fertig. Druckbild sitzt: Abfahrt. Nun darf jeder der Teilnehmenden die Maschine bedienen. Eine spannende Erfahrung, die die Bedienenden vor eine koordinative Herausforderung stellt. Doch mit etwas Übung gelingt auch die Symbiose aus Mensch und Maschine par excellence. „Jeder schon mal dran gestanden? Alles klar. Jetzt wird Auflage gedruckt!“ Der Tiegel schnauft freudig vor sich hin. Immer wenn der Tiegel sich öffnet, wirkt es so, als würde er aufatmen. Das gleichmäßige Pfeifen und Zischen signalisiert, dass die Maschine geschmeidig tut, was von ihr verlangt wird. Die Windmühle dreht

sich, die Greifer greifen das Papier und bringen es zur Druckform. Dann der kurze Moment, in dem Papier, Farbe, Klischee und nicht zuletzt die Maschine zusammen kommen. Ausgespuckt. Alle zehn bis fünfzehn Bögen gibt es eine händische Kontrolle der produzierten Produkte. Hat sich das Druckbild geändert? Stimmt der Farbauftrag? Treten sonst Ungleichmäßigkeiten auf? Während Vinz, unser hauseigener Werkstudent über den Tiegel wacht, geht es weiter zur nächsten Station. „Wir haben da mal was vorbereitet.“ sagt Michael und befördert einen Stapel einseitig kaschierter Visitenkarten ans Licht.

Wer nun dachte, das zaghafte ziehen, drücken, pumpen der Windmühle sei der Abschluss des Tages, hat sich gewaltig geirrt. Denn bei uns gilt: Der Prozess der Produktion soll ganzheitlich abgebildet und jeder einzelne Arbeitsschritt muss erfahrbar gemacht werden. Und da die Visitenkarten einen Kern aus farbigem Papier besitzen, musste die Rückseite bereits vorweg produziert und kaschiert werden. Nun ist es also an den Teilnehmenden den Druckbogen der Kontaktdaten



© Helmut Bauer

aufzukleben und somit dem Endprodukt einen Schritt näher zu kommen. Hierfür wird der Druckbogen einseitig angeleimt, platziert und unter Verwendung einer Rolle fixiert. Anschließend werden die Karten



© Helmut Bauer

in kleinen Stapeln zusammengetragen und gepresst. Auch hier probieren sich alle Teilnehmenden aus. Das Kaschieren gehört zu jenen Tätigkeiten, die von außen sehr einfach aussehen. Hält man allerdings selbst den vollgeleimten Bogen in den Händen, erkennt man wie fehleranfällig dieser Vorgang tatsächlich ist. Aber auch dieser wird von den Mitarbeitern der IGEPa Group mit Bravour gemeistert. Wie sollte es auch anders sein?

Papier ist ihr Beruf.

„*Drucke sind fertig*“ schallt es vom Tiegel durch die Werkstatt. „*Alles klar. Aber erstmal Mittag.*“ Darauf können sich alle einigen. Mit belegten Brötchen und einer weitere Tasse Kaffee sitzt man zusammen und plaudert. Schon jetzt ist viel erlebt und erfahren worden.

Mit vollem Magen geht es nun wieder an den Tiegel.

Nun gilt es die zweite Farbe einzurichten. Klischee wechseln, die Druckwalzen des Tiegels säubern, die zweite Farbe aufstreichen und erneut das Druckbild prüfen. Beim Einrichten der zweiten Druckform ist höchste Präzision gefragt. Die beiden Druckbilder müssen schließlich zu 100% passgenau sitzen. Aber auch das ist kein Problem für den, wenn auch nicht selbsterklärten, Tiegelgott und seine Lehrkräfte.

Nachdem der zweite Druckdurchlauf beendet ist, fehlt nur noch der finale Schritt.

Die Bögen können nun zugeschnitten werden. Auch hierfür hat die Belegschaft des Printers Kiosks vorgearbeitet. Wie in einer guten Kochshow zaubert Jürgen einen Stapel fertig verleimter und getrockneter Druckbögen hervor. Nun wird die Schneidemaschine, ein Ungetüm von Maschine, erklärt. Auch hier darf jede:r mitwirken. Vier Schnitte, et voilà, fertig ist die Visitenkarte der Extraklasse.

Frei nach dem Motto „Erst die Arbeit dann das Vergnügen“ wird sich anschließend noch an der Andruckpresse ausgelassen. Mit alten Buchdrucklettern und Farbexperimenten entstehen hier noch ein paar Unikate. Danach: Schicht im Schacht. Alle sind verwundert. „*Wo ist denn die Zeit geblieben?*“ Tja, so ist das eben. Die Zeit verfliegt, wenn sich spannende Informationen und eine entspannte Atmosphäre beim Workshop des Printer's Kiosk die Hand geben.



© Vinzenz Neugebauer

www.printers-kiosk.de
www.instagram.com/printers_kiosk

www.igepa.de
www.instagram.com/freytagundpetersen



© Helmut Bauer



© Vinzenz Neugebauer

Cankuna Campers

von Lara und Julian

Bild: © Cankuna Campers

Alles anders

Gerade befinden wir uns auf einer Farm in der Nähe von Brighton, einer Künstlerstadt in Großbritannien. Wir haben erst vor ein paar Tagen die Autofähre von Calais (Frankreich) nach Dover (England) genommen. Eigentlich wollten wir schon seit zwei Monaten wieder unterwegs sein, aber mal wieder kam alles anders als gedacht. Aber fangen wir mal ganz von vorne an... Kurz nach dem letzten Interview Anfang Januar, hatten wir einen Termin in einer LKW-Werkstatt, um noch einige Dinge an unserem Bus reparieren zu lassen, bevor wir uns erneut auf Reise begeben wollten.

3 Monate haben wir auf diesen Termin gewartet, alles darauf ausgerichtet und geplant und dann ruft uns aus heiterem Himmel der Werkstattleiter an und teilt uns mit, dass er aufgrund einer Knie-Op für die nächsten 1-2 Monate ausfällt und somit unseren Bus nicht reparieren kann. Damit begann die unglaubliche Suche nach einer anderen Werkstatt. Über 20 verschiedene LKW-Werkstätten in ganz Deutschland haben wir angefragt, aber keine davon wollte unseren alten Bus. Durch Zufall kamen wir dann auf eine relativ neue Werkstatt in Wuppertal, die mit ein paar Anlaufschwierigkeiten unseren Bus repariert haben.

Zusätzlich zu diesem vergleichbar eher kleinen Dilemma, wurde bei Lara auch noch Hautkrebs diagnostiziert. Ein schwerer operativer Eingriff

und Wochen der Unsicherheit gestalteten unseren Alltag. Mal wieder hatten wir Glück im Unglück, der Krebs wurde frühzeitig genug entdeckt und hat sich nicht weiter ausgebreitet. Somit wurde der Fall nach der Operation abgeschlossen und wir wären theoretisch startklar gewesen. Wir brauchten jedoch nach dieser Kräfte zehrenden Zeit erst mal etwas Ruhe. Gerade Lara war mitten in einem Heilungsprozess und alleine der

Gedanke direkt mit unserer Reise zu beginnen war purer Stress. Also nahmen wir uns Zeit. Zeit für uns, in der wir über unsere Träume und Vorstellungen für die Zukunft nachdenken konnten und neue Pläne und Konzepte für unser Leben unterwegs geschmiedet haben. Bisher haben wir immer mal wieder längere Reisen mit unserem Bus gemacht und sind dann zurück nach Deutschland gekommen, um für euch



Camper zu bauen. Um in Zukunft auch unterwegs eine Mission zu haben, unseren Leidenschaften und Talenten nachgehen zu können und gleichzeitig etwas Gutes für Mutter Erde zu tun, haben wir das Cankuna Sunshine Collective gegründet. Mit diesem Projekt verwandeln wir unseren Bus in ein rollendes Atelier, Café und einen Store zugleich. Ein weiteres Standbein, welches wir unter dem Cankuna Sunshine Collective gegründet haben, ist ein kleines, unabhängiges Modelabel. Wir haben schon länger mit dem Gedanken gespielt Klamotten genau nach unseren Vorstellungen zu entwerfen. Also haben wir kurzen Prozess gemacht und in Zusammenarbeit mit einer Dortmunder Siebdruck Werkstatt unsere erste Kollektion rausgebracht. Da uns die Umwelt sehr am Herzen liegt und wir denken, dass wir mit bewusstem Konsum und der bewussten Produktion von Konsumgütern viel verändern können, produzieren wir die Shirts und Hoodies möglichst nachhaltig.

Die Erstauflage ist auf 100 Shirts und Hoodies gedruckt, davon sind 50% Gebrauchtware, die wir in den letzten Monaten mühsam zusammengesammelt und ausgesucht haben. Wir glauben, dass Mode nicht immer neu produziert werden muss, stattdessen geben wir gebrauchten Stücken, welche wir auf unseren Reisen sammeln, durch Lara's Kunst und Design's ein neues Leben und schaffen so-



mit eine noch nachhaltigere Alternative zu Fair Fashion Produkten. Die anderen 50 Shirts sind aus Fair gehandelter Bio-Baumwolle und Lagerbestände, welche nicht mehr verkauft werden konnten.

In unserer Print-Doku begleiten wir Lara und Julian auf ihren Reisen und berichten über ihre Erlebnisse, über die Höhen und Tiefen, die mit dem Ziel das größtmögliche Gefühl von Unabhängigkeit und Freiheit zu erlangen, mit einhergehen.



Wir wollen zukünftig auf Märkten, Festen oder einfach am Strand stehen, wo auch immer wir gerade sind, einen inspirierenden Ort kreieren. Man kann durch Lara's Illustrationen und Kunstartikel stöbern, ein cooles Shirt kaufen, einen leckeren Kaffee aus unserer Siebträgermaschine genießen, oder einfach nur ein nettes Gespräch führen.

Julian ist aktuell in der Planung von Workshops und Beratungen zu einem umweltfreundlichen Van Ausbau, alternativer Energiegewinnung und Ressourcen sparendem Reiseleben. Um gleichzeitig die drängendsten Umweltprobleme unseres Planeten anzugehen, veranstalten wir Beach-clean-ups, Aktionen für den Meeresschutz, und versuchen ein Heer von Freiwilligen zusammen zu bringen, die zum Schutz der Umwelt beitragen. Die Mission ist, die Artenvielfalt zu verteidigen, die Zerstörung von Ökosystemen zu beenden, gemeinsam etwas Positives zu tun und dabei eine tolle Zeit zu haben. Zusätzlich wird ein Teil unsere Einnahmen an Umweltorganisationen gespendet, für die wir gleichzeitig werben.

Wir freuen uns sehr auf das neue Projekt und werden bei Instagram, auf unserem Blog und natürlich in der nächsten Ausgabe berichten wie es weiter geht.

Bilder in diesem Artikel:
© Cankuna Campers



www.cankuna-campers.de
www.instagram.com/cankunacampers
www.lara-margo-artwork.com

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

ÜBERALL UND IRGENDWIE FUTURE OF WORK: MIT GANZ VIEL SPIEL, SPASS & SPANNUNG...

**...mit ganz vielen Chancen, großen Erwartungen und
Zukunftsglauben, aber auch mit vielen Risiken und
Ängsten. Worauf müssen wir uns einstellen?**

Neue Berufsbilder entstehen, manche Berufe werden sich stark verändern und andere sogar komplett verschwinden.

Neugier, Experimentierfreudigkeit, Wissbegier, Streben nach Neuem und Unbekanntem werden zahlreiche Berufe und Branchen noch weiter prägen... Wahrnehmungspräferenzen, Lernfähigkeit und -bereitschaft, Wissenserwerbsmechanismen und bereichsspezifisches Kernwissen, Intellekt und ein bedeutsamer Erfahrungsschatz auch.

Spannend werden die unterschiedlichen Vorgehens- und Sichtweisen sein. Schauen wir uns allein nur mal die Abweichungen zwischen den Generationen X, Y, Z und Alpha an. Interessant werden auch die Anschauungen der Kinder der Generationen Z & Alpha sein.

Gerade im digitalen Wandel wünsche ich mir einen besonnenen Umgang mit all diesen Einflüssen – und umgekehrt.

Was schon jetzt alles so geht, zum Beispiel mit diesen Algorithmen. Eigentlich sollen Algorithmen Probleme

lösen. Wieso werden diese dann in der Kunst eingesetzt? Der Problemlöser gegen Blockaden und bei Ideenlosigkeit?

Muss ich jetzt den Programmierer dafür feiern, weil er mit Hilfe eines Algorithmus ein Gemälde geschaffen und Musikstücke komponiert hat? Ist das kreativ? Ist das Kunst? Ich frage für einen Freund!

Die Digitalisierung hat unlängst die Kunstszene verändert, schafft neue Kunstformen und hält ebenso viele Möglichkeiten in der Medienlandschaft bereit.

Kreativität lebt davon Neues zu entdecken, experimentierfreudig zu sein. Kreativität heißt für bestimmte Themen zu brennen. Kreativität inspiriert. Kreativität geht andere Wege, lässt andere Sichtweisen zu.

Erfindungs- und Einfallsreichtum soll bewegen, soll Emotionen freisetzen und mit den Sinnen spielen. Das geht gut mit digitaler Technik, doch es wäre schön, wenn es alle erreichen würde und nicht nur einen elitären Kreis.

Katja – Team Schwarz

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

**PRINT
POP
AWARD**

**PRINT[®]
POP
DAYS**

DORTMUND 2023

**22.-26.
März
2023**

Messe Konferenz Events Award

www.print-pop-days.de



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 52
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

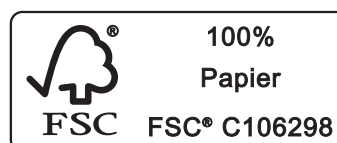
Lisa Thünken: thuenken@der-vfz.de

Grafik & Layout

der kiosk dortmund
www.kiosk-dortmund.de

Cover-Illustration: Miriam Frank

ISSN: 2748-0380



Aboservice / Vertrieb

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

Mitarbeit an dieser Ausgabe

Nouki, Vinzenz Neugebauer, Helmut Bauer

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

Das Schwarz Magazin erscheint alle drei Monate.

Druck

Blömeke, Herne

Papier

Gedruckt auf Soporset Premium Pre-Print, holzfrei,
250 g/m² und 120 g/m²
Geliefert von Freytag & Petersen GmbH & Co. KG/
Igepa Group



#6

ERSCHEINT IM AUGUST 2022!

Verein für die Schwarze Kunst e.V.



Unsere Therapie für Typochonder:

Schwarze-Kunst-Preis

Preis zur Förderung wissenschaftlicher
Arbeiten in den Themengebieten
Gieß-, Satz- und Drucktechniken.

Walz-Stipendien

Typographie und Buchdruck zum
Anfassen in 20 Werkstätten.

Engagement

zum Erhalt unseres immateriellen
Kulturerbes des Gieß-, Satz-
und Buchdruckhandwerkes.

Weitere Informationen

gibt es auf der Website des Vereins:
verein-fuer-die-schwarze-kunst.de
und auf Facebook:
Freunde der Schwarzen Kunst.

Das Bieretikett wurde 2021 von der
Walzstipendiatin Marie Küsel
entworfen, im Handsatz gesetzt und
als Handpressendruck realisiert. Den
Laserschnitt fertigte Karl Kretschmer.
Idee, Satz, Zurichtung und Druck der
Herzkarte von Conny Hügelschäffer
62.zweidrittel.

Wir geben Wissen weiter.

schwarz wird grün gedruckt

100% klimaneutral
100% FSC-Papier
100% blömeke



blömeke

gestalten	Resser Straße 59
drucken	44653 Herne
publizieren	+49.2325.9297-0
verbinden	bloemeke-media.de