

DIPLOMARBEIT

Do-It-Yourself:  
Feministische künstlerische Praxis  
am Beispiel von Zines und Magazinen

INSTITUT FÜR BILDNERISCHE ERZIEHUNG  
UND KUNSTWISSENSCHAFT

AKADEMIE DER BILDENDEN KÜNSTE WIEN

Eingereicht von  
Elke Zobl  
im Juni 1999

Ich erkläre hiermit an Eides statt, daß ich die vorliegende Arbeit selbst und ohne fremde Hilfe verfaßt und außer den angeführten Quellen keine Unterlagen verwendet habe.

Elke Zobl

Graz im Mai 1999

## INHALTSVERZEICHNIS

1) Einleitung	1
2) Zines: Eine Einführung	3
2.1) Begriffsbestimmung und allgemeine Vorstellung von Zines	3
2.2) Geschichte und Umfeld der Zines	8
2.3) Verschiedene Typen von Zines	19
2.4) HerausgeberInnen und LeserInnen	24
2.5) Gestaltung, Erscheinungsweise, Finanzierung und Vertrieb	27
2.6) Rezeption und politische Aspekte	31
2.7) Magazinen und Zines: Eine Charakterisierung	36
2.8) Die Riot Grrrl Bewegung: Grrrl Zines	40
3) Analyse verschiedener Zines und Magazine	44
3.1) <i>Neid</i> : Ein Artcore-Zine und Kunstmagazin	45
3.1.1) Einführung: „To do a magazine is one of our ways – to get what we want!“	45
3.1.2) Analyse	52
3.1.2.1) Kurzvorstellung einzelner Nummern	53
3.1.2.2) Themen	56
3.1.2.2.1) Identität – Sexualität	56
3.1.2.2.2) Musik	59
3.1.2.2.3) Kunst – Alternativkultur	60
3.1.2.2.4) Literatur	63
3.1.2.2.5) Feminismus und feministische künstlerische Praxis	65
3.2) <i>regina</i> : ein Magazin an der Nahtstelle von Kunst, Comic und Mode	71
3.2.1) Einführung	71
3.2.2) Vorstellung und Analyse der einzelnen Nummern	74
3.2.3) Die drei Ausgaben im Vergleich	80
3.2.4) Themen: Mode, Comics, Alltag und Kunst	82
3.2.5) feministische künstlerische Praxis	87

3.3) Comic-Zines	88
3.3.1) <i>Politcomix NO</i> von Linda Bilda	89
3.3.1.1) Einführung	89
3.3.1.2) <i>Politcomix NO. Comix für Erwachsene und Andere</i>	90
3.3.1.3) feministische künstlerische Praxis	92
3.3.2) Comics von Ilse Kilic	93
3.3.2.1) Einführung	93
3.3.2.2) Vorstellung und Analyse einzelner Comic-Zines	94
3.3.2.2.1) <i>Rosa. Ein Schweinecomix</i>	94
3.3.2.2.2) <i>Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam</i>	95
3.3.2.3) feministische künstlerische Praxis	96
3.3.3) <i>heikes läspencomics</i> von Heike Anacker	97
3.3.3.1) Einführung	97
3.3.3.2) <i>heikes läspencomics</i>	99
3.3.3.3) feministische künstlerische Praxis	101
4) Im Vergleich: Das Artcore-Zine <i>Neid</i> , das Magazin <i>regina</i> und Comic-Zines	102
4.1) Vergleich in Konzeption, Produktion und Distribution	102
4.2) Veränderung des traditionellen künstlerischen Selbstverständnisses und der Kunstbegriffs	103
4.3) Verhältnis zum Feminismus	104
5) Ein Beispiel für die Einbindung von Zines in den Kunstkontext: Die Ausstellung „NowHere“ im Louisiana Museum of Modern Art	105
6) Schlußwort	110
7) Anhang	113
7.1) Unterrichtsvorbereitung	113
7.2) Abbildungen	118
7.3) Interviews mit den Produzentinnen	125
7.4) Literaturverzeichnis	138

## Danksagung

Wunderschönen Dank an meine Eltern Barbara und Volkmar Zobl für all die Zeit, Unterstützung und Liebe, sowie an meinen Stern Robert! Meiner großen und hilfsbereiten Familie ebenfalls ein Danke!

Ich möchte mich für die außerordentliche Unterstützung und das Engagement von Prof. Ute Meta Bauer bedanken, ohne sie wäre die vorliegende Arbeit nicht entstanden. In ihren Vorlesungen und zahlreichen zusätzlichen Stunden führte sie mich in das Thema ein und gab mir wertvolle Anregungen. Danke für die unentgeltliche Arbeit und den außerordentlichen Einsatz!

Außerdem danke ich den Herausgeberinnen der Magazine und Zines dafür, daß sie ihre Zeit, Gedanken und Zeitschriften mit mir teilten, sowie für ihre prompte und freundliche Beantwortung meiner nicht endenden Fragen.

Meine Arbeit an der Diplomarbeit wurde besonders durch die Hilfsbereitschaft und Freundlichkeit der Bibliothekarinnen der Universität für Angewandte Kunst und den MitarbeiterInnen des Depots erleichtert, auf diesem Weg ein herzliches Dankeschön! Das Förderungsstipendium der Akademie der bildenden Künste trug ebenfalls dazu bei, meine Arbeit zeitgemäß und zügig abzuschließen.

Allen ein herzliches Dankeschön!

## 1) Einleitung

Die feministische künstlerische Praxis am Beispiel von Magazinen und Zines ist Thema dieser Arbeit. Unter dem Aspekt einer „feministischen künstlerischen Praxis“ werden hier Magazine und Zines, die seit den 90er Jahren von Frauen mit künstlerischem Hintergrund herausgegeben werden, analysiert. Daneben werden formale und inhaltliche Unterschiede beschrieben. Feministische Zines haben ihren Ursprung in der Riot-Grrrl Bewegung. Zu Beginn der 90er Jahre wurde diese Praxis auch von Künstlerinnen im deutschsprachigen Raum als Produktionsform aufgegriffen. Im Zentrum steht die exemplarische Untersuchung solcher unabhängiger Printmedien aus Deutschland und Österreich. Es sind dies das Artcore-Zine *Neid*, herausgegeben von Ina Wudtke, das Magazin *regina* von Regina Möller und die Comic-Zines von Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker. Mein Zugang zum Thema ist interdisziplinär, frauenspezifisch, sowie der Praxis und Theorie der Gegenwartskunst verhaftet.

Mein Interesse am vorliegenden Thema entstand während meines Auslandsjahres an der Duke University, North Carolina, USA, als ich mich erstmals intensiv mit Feminismus zu beschäftigen begann. Ich setzte mich insbesondere mit feministischer Theorie und Politik seit den 70er Jahren auseinander. Im Bereich Kunstgeschichte beschäftigte ich mich mit einer feministischen Kritik an einem autonomen, traditionellen Kunstbegriff. Das Wesen der Zines ist die Zirkulation – und so wurde ich, zurück in Österreich, Besitzerin eines Girl-Zines und das erste Mal mit diesem subkulturellen Phänomen bekannt. Der nächste Schritt bestand zusammen mit Rosemarie Reitsamer in der Herausgabe einer eigenen feministischen Kulturzeitschrift, „female sequences“,. Daneben besuchte ich Vorlesungen der Gastprofessorin und Leiterin des Instituts für Gegenwartskunst an der Akademie der Bildenden Künste in Wien Prof. Ute Meta Bauer. Ihre Ausführungen waren ein besonders wichtiger Anstoß für mich: Sie führte mich in die Materie feministischer künstlerischer Praxis ein und zeigte mir Beispiele von künstlerisch aktiven Frauen, die Zines und Magazine als ihr Sprachrohr begriffen und für ihre Zwecke nutzten. So entstanden immer mehr Bezüge und schließlich der Entschluß, mich intensiv damit auseinanderzusetzen. Ein weiterer Grund lag in der Nicht-Existenz einer wissenschaftlicher Bearbeitung des Themas.

Ein großes Problem bei der Recherche und Literatursuche ist die Tatsache, daß es wenig Literatur zum Thema gibt. Obwohl Zines bereits Gegenstand einiger weniger wissenschaftlicher Untersuchungen geworden sind, gibt es meines Wissens noch keine Abhandlung über feministische Zines und Magazine im künstlerischen Kontext. Speziell im deutschsprachigen Raum sind diese gesellschaftskritischen künstlerischen Praktiken bisher

noch kaum recherchiert und aufgearbeitet worden. Meine Aufgabe wird es sein, einen ersten Einblick in diesem Bereich – mit der Einschränkung auf Deutschland und Österreich - zu geben. Mit dem Ursprung der Zines im anglo-amerikanischen Raum, ist dort auch zunehmend eine wissenschaftliche Auseinandersetzung entstanden. Sehr hilfreich war das zuletzt (1997) erschienene Buch von Stephen Duncombe über Zines und deren politische Dimension im Bereich der Alternativkultur.<sup>1</sup> Im deutschsprachigen Raum sind in den letzten Jahren einige Diplomarbeiten entstanden und wurden von Jens Neumann in einem Buch<sup>2</sup> (ebenfalls 1997) zusammengefaßt.

Meine Vorgangsweise sieht folgendermaßen aus: Ich beginne mit einem Überblick über das relativ unbekanntes Phänomen der Zines. Nach einer Begriffsdefinition kommen Geschichte und Umfeld der Zines, verschiedene Typen, Vertrieb, Gestaltung und Finanzierung, sowie das Verhältnis von Magazinen und Zines und Girl-Zines zur Sprache. Im Anschluß analysiere ich verschiedene Beispiele feministischer künstlerischer Praxis. Es sind dies das Artcore-Zine *Neid*, das Magazin *regina* und die Comic-Zines von Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker. Im nächsten Teil vergleiche ich die Zeitschriften unter mehreren Aspekten: in Konzeption, Produktion und Distribution, in der Veränderung des traditionellen künstlerischen Selbstverständnisses und des Kunstbegriffs sowie im Verhältnis zum Feminismus. Als Beispiel für die Einbindung von Zines in den institutionellen Kunstkontext gehe ich auf die Ausstellung „NowHere“ im Louisiana Museum for Modern Art in Kopenhagen ein. Eine Zusammenfassung und ein kurzer Ausblick schließen die Arbeit ab. Im Anhang sind mein Vorschlag für die Gestaltung von Unterrichtseinheiten, die von mir geführten Interviews mit Ina Wudtke, Regina Möller, Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker sowie Bildbeispiele und eine Bibliographie zu finden.

Ich bin mir der heiklen Aufgabe dieser Arbeit durchaus bewußt: Zines sollen keinesfalls als subkulturelles – und daher besonders interessantes - Phänomen in einem akademischen Kontext „zerpflückt“, sondern in ihrer Entstehungsweise, materiellen Realität und ihrem Kontext verstanden werden. Ich möchte außerdem darauf hinweisen, daß diese Arbeit keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt und nur rein *exemplarisch* sein kann. Es könnten nicht nur noch viel mehr Zines und Magazine in diesem Bereich recherchiert und analysiert werden, sondern auch weitere Querbezüge hergestellt werden. Wichtige

---

<sup>1</sup> Duncombe, Stephen: Notes from Underground. Zines and the politics of alternative culture. New York/London: Verso, 1997.

<sup>2</sup> Neumann, Jens: Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema. Mainz: -Verlag, 1997.

Querbezüge, die z. B. Subkultur, Cultural Studies und Feminismus verbinden, seien hier nur angedeutet, aber sollen Anregungen für weitere Arbeiten bieten.<sup>3</sup>

## 2) Zines: Eine Einführung

### 2.1) Begriffsbestimmung und allgemeine Vorstellung von Zines

**Was sind überhaupt Zines?** „Zines“, eine Abkürzung von „Fanzine“, werden von Stephen Duncombe wie folgt definiert:

*But what are they? [...]: zines are noncommercial, nonprofessional, small-circulation magazines which their creators produce, publish, and distribute themselves.*<sup>4</sup>

Es sind also in kleinen Auflagen erscheinende Hefte, die von ihren Produzenten selbst geschrieben, gestaltet, herausgegeben und vertrieben werden. Sie sind Sprachrohre, die die ungefilterte, subjektive Weltsicht ihrer AutorInnen wiedergeben:

What makes a zine? [...] a zine is more than a flyer, leaflet, poster, or newsletter. It reflects the unmediated obsessions of the individual producer, in which publicity in the normal sense and other commercial concerns are completely subordinate. Regardless of the particular concerns reflected in their pages, zines are purely liberitarian.<sup>5</sup>

Jens Neumann, der in Mainz den Verlag D.L.R. (Destructive Literature for the Riot) zum Vertrieb unabhängig produzierter Literatur-, Kunst- und Musikzeitschriften gegründet hat, ist einer der wenigen im deutschsprachigen Raum, die sich auch wissenschaftlich mit Zines auseinandersetzen. Begriffsbestimmung und die Herkunft des Wortes „Fanzine“ sind von Neumann so definiert:

Nüchtern betrachtet ist ein Fanzine ein von einem oder mehreren Menschen selbständig und unabhängig von der bekannten Zeitungsszene zusammengestelltes und produziertes Heft. Etymologisch setzt sich das Wort aus den Worten ‚fan‘ (einer Musikgruppe) und ‚magazine‘ zusammen und deutet somit schon seine Herkunft aus dem englischen Sprachraum an.<sup>6</sup>

Friedman sieht die Herkunft der Fanzines wie folgt:

The term *zine* evolved not from the word *magazine*, but from *fanzone*, a term that originated with science fiction magazines of the `30s and `40s. [...] In 1940, the term *fanzone* became the recognized abbreviation of ‚fan magazine‘.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> Siehe u.a. McRobbie, Angela: *Feminism and Youth Culture*. From ‚Jackie‘ to ‚Just Seventeen‘. London u.a.: Macmillan Press LTD, 1991. Dies.: *Postmodernism and popular culture*. London: Routledge, 1994. Hebdige, Dick: *Hiding in the Light: on images and things*. London: Routledge, 1988. Ders.: *Subculture. The meaning of style*. In: Gelder, Ken/Thronton, Sarah (Hg.): *The subcultures reader*. London: Routledge.

<sup>4</sup> Duncombe, S. 6.

<sup>5</sup> Ordway, Nico: *History of Zines*. In: Vale, V. (Hg.): *Zines!* San Francisco: V/Search 1996, Vol.I, S. 159.

<sup>6</sup> Neumann, Jens: *Fanzines als unabhängiges Medium jugendlicher Subkulturen*, Mainz 1993. Unveröff. o.S.

<sup>7</sup> Friedman, R. Seth: *The Factsheet Five Zine Reader: Dispatches from the Edge of the Zine Revolution*. New York: Three Rivers Press 1997, S. 9f.



Die Autoren betonen die Unabhängigkeit der Mini-Zeitschriften. Während unsere Medienwelt von marktwirtschaftlichen Interessen geprägt ist, sind Zines dagegen „done for *love*: love of expression, love of sharing, love of communication“, so der Herausgeber und Gründer von *Factsheet Five* Mike Gunderloy.<sup>8</sup> Dieses Ideal impliziert eine Verweigerung der dominanten Normen von Produktion unserer Gesellschaft und wurzelt in der alltäglichen Erfahrung von Arbeit. Die Arbeit, die zum Geldverdienen getan wird, steht der Arbeit, die aus Spaß gemacht wird, gegenüber: „For at the heart of the zine ethic is a definition of creation and work that is truly fulfilling: work in which you have complete control over what you are creating, how you are doing it, and whom you are doing it for, that is *authentic* work.“<sup>9</sup> Im Gegensatz zur Arbeit, machen Zines Spaß. Es ist ein Ort, an dem nur die Regeln der FanzinerInnen herrschen.

In Zines berichten Menschen ganz subjektiv von Themen, die ihnen am Herzen liegen. Viele lassen ihren Ärger gegenüber Gesellschaft, Arbeit oder Kultur heraus:

Als Themen bietet sich all das an, was einen Menschen in seinem alltäglichen Leben begegnet, oder eben nicht begegnet. Die Art und Weise der Berichterstattung kennt keine Grenzen, sondern liegt ganz alleine beim Herausgeber, der Herausgeberin. Für die FanzinerInnen ist ihre Arbeit, ihr Hobby, viel mehr, fast eine Ideologie, eine Sucht. Einmal dabei, schaffen nur wenige den Ausstieg. Ein Fanzine ist der öffentlich gemachte Ausdruck der Persönlichkeit seiner HerausgeberInnen, ist politische Stellungnahme, Gesinnungsausdruck, fast ein wenig exhibitionistisch. [...] FanzinerInnen ist ihr Produkt ans Herz gewachsen, ihr ‚Kind‘, ihre Befriedigung, etwas ‚sinnvolles‘ gemacht zu haben, die Möglichkeit innere Wünsche, Träume, Ideen, Meinungen, ihren Haß, ihre Enttäuschung öffentlich zu machen.<sup>10</sup>

Die meisten Zines sind in den Bereichen Musik, Comics, Kunst und Literatur zu finden. „Zinesters“ sind in allen Altersstufen zu finden, wobei sie aber hauptsächlich von jungen Menschen, Teenagern herausgegeben werden. Die meisten Zines werden zuerst im Freundeskreis herumgereicht und/oder mit der Post verschickt. Sie erreichen so durch Mundpropaganda nach und nach in ihrer Szene einen größeren LeserInnenkreis. Die HerausgeberInnen gleicher Interessensgebiete stehen in engem Kontakt und tauschen ihre Hefte untereinander. Sie sind aktiver Teil einer „community“, in der sie durch die Rezensionen in anderen Zines schnell größere Verbreitung finden. Durch Zines werden so Netzwerke geknüpft und Gemeinschaften rund um ihre Themen und Interessen geformt.

Es ist der Drang nach Kommunikation - „their passion for communication“<sup>11</sup> - der Zine-ProduzentInnen treibt, ohne Profitabsicht zu publizieren. „Do-it-yourself“, das Schlagwort der

---

<sup>8</sup> Vgl. Duncombe, S. 14f.

<sup>9</sup> ebd. S. 95.

<sup>10</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>11</sup> Vgl. Friedman, S. 8.

Punk-Ära, gilt als ein Grundsatz demnach jede/r Zines herausgeben kann. DIY heißt für „Zinesters“ laut Duncombe:

[...] make your own culture and stop consuming that which is made for you. Refusing to believe the pundits and politicians who assure us that the laws of the market are synonymous with the laws of nature, the zine community is busy creating a culture whose value isn't calculated as profit and loss on ruled ledger pages, but is assembled in the margins, using criteria like control, connection, and authenticity.<sup>12</sup>

In der Welt der Zines gibt es keine gemeinsame „Ethik“ in politischer Ausrichtung und Themenwahl:

The spectrum of fanzines covers everything. Any topic you can think of, somebody has produced a zine of it (from politics to B-movies to personal travel diaries to model airplane making). Within politics, you have everything from extreme anarchists on one side to extreme Neo-Nazis on the other, all producing independent zines in *mirror-worlds*. Each has their own network of distribution, their own web site on the Internet, their own rock bands-each group has their own *mini-subculture* supporting their cottage industry!<sup>13</sup>

Interessant ist, wie Kanaan hier schreibt, der Aufbau eigener Netzwerke, in denen diese kleinen subkulturellen Zine-Gemeinschaften kommunizieren. In ihnen haben Zines die Funktion eines Sprachrohres zur Verbreitung von Gesinnungen aller Art.

Viele sprechen von einer „Fanzine-Gemeinschaft“ („fanzine-community“), so auch Duncombe. Er meint, daß Zines zwar von der Gestaltung her oft individuelle Medien seien, aber ihre primäre Funktion Kommunikation ist: „As such, zines are as much about the communities that arise out of their circulation as they are artifacts of personal expression.“<sup>14</sup> Teil der Motivation ist Einsamkeit, die durch soziale Entfremdung entstanden ist. Es gilt Gleichgesinnte zu treffen, die ähnliche Interessen und Visionen haben: „Through their zines, writers are trying to escape the society they feel alienated from while creating a new, albeit virtual, community of friends they can feel connected to.“<sup>15</sup> Duncombe gesteht ein, daß das Wort „community“ selten gebraucht wird und unter FanzinerInnen eher der Begriff „Netzwerk“ favorisiert wird.<sup>16</sup> Während unter „Gemeinschaft“ normalerweise eine homogene Gruppe von individuellen Menschen mit verbindenden Gemeinsamkeiten verstanden wird, bedeutet ein Netzwerk eine Gruppe von Menschen, die durch Unterschiede verbunden sind: „a community of people linked via bonds of difference, each sharing their originality.“<sup>17</sup> Für Duncombe besteht jedoch kein Zweifel, daß Zines Gemeinschaften schaffen, die aber der

---

<sup>12</sup> Duncombe, S. 2.

<sup>13</sup> Kanaan: AK Distribution. In: Vale, S.107.

<sup>14</sup> Duncombe, S. 44.

<sup>15</sup> Ebd. S. 47.

<sup>16</sup> Vgl. ebd. S. 50.

<sup>17</sup> Ebd. S. 51.

Gefahr der Fragmentierung unterliegen: „There is no doubt that zines foster community, but because zine writers privilege personal experience and subjective realities over broader, public concerns, the tendency is for this community to fragment into micro-communities as each group turns inward to concentrate on what is ‚real for them‘.“<sup>18</sup> Die Zine-Szene sichert durch den Austausch ihrer individuellen Produktionen die Interaktion zwischen Individuen. Duncombe geht sogar so weit, anzunehmen, daß diese individuelle Kreation und Produktion ein gesellschaftliches Modell für individuelle Autonomie und gemeinschaftlichen Austausch sein könnte: „It may very well be that this sort of individual creation and production, linked through a vast network of individual producers, is a model for a new sort of micro-coalition community and for a politics that allows individual autonomy at the same time as it encourages communal exchange.“<sup>19</sup> Für ihn besteht in der Verbindung von individueller Kontrolle und gemeinschaftlichen Erfahrungen Hoffnung und Richtung für ein Modell sozialer und politischer Organisation.

Kanaan hingegen meint, daß die Bezeichnung als „community“ bedeutungslos sei:

But I would argue that the term ‚fanzine community‘ is meaningless. There’s no community of ideas. One could say that’s a good thing – personally I don’t think fascist fanzines are a good thing, but nevertheless, zines are produced from every conceivable angle, aptitude, inclination and interest. And many thousands of zines are never sold in *any* stores: fan-club and hobbyist newsletters, subscription-only zines, etc.<sup>20</sup>

Meistens werden hinter den Zines linke Gruppen vermutet. Kanaan argumentiert, daß unter den zirkulierenden Zehntausenden von Zines nur wenige wirklich politischen Anspruch haben: „only a tiny fraction have any pretense or claim at being ‚political‘, ‚radical‘, ‚avantgarde‘ or ‚cutting-edge‘.“<sup>21</sup> Im Gegensatz dazu spricht Duncombe den HerausgeberInnen von Zines politisches Selbstbewußtsein zu und meint, daß genau dieses sie von anderen Hobby-Publikationen unterscheidet:

Zines are speaking to and for an underground culture...what distinguishes zinesters from garden-variety hobbyists is their political self-consciousness. Zinesters consider what they do as an alternative to and strike against commercial culture and consumer capitalism. And they write about this openly in their zines.<sup>22</sup>

Er argumentiert, daß Zines und Subkultur eine Alternative zum konsumierenden Kapitalismus eröffnen würden. Zines operieren mit anderen Regeln und Werten als der Kapitalismus. Für ihn sind Zines „an alternative fraught with contradictions and limitations...but also

---

<sup>18</sup> Ebd. S. 71.

<sup>19</sup> Ebd. S. 103.

<sup>20</sup> Kanaan. In: Vale, S. 112.

<sup>21</sup> Ebd.

<sup>22</sup> Duncombe, S. 2f.

possibilities.“<sup>23</sup> Neumann grenzt die politische Ausrichtung einerseits auf das gesamte linke und andererseits rechtsextreme Spektrum ein. Wichtigster Grundsatz für ihn: „kein Fanzine ohne Politik“.<sup>24</sup>

Fanzines, im ursprünglichen Sinne, sind von Fans für Fans gemacht. Fans teilen so ihre gemeinsamen Interessen, und das überall, sei es in der Musik, im Sport oder anderswo.

(Fanzines) werden gewöhnlich nicht kommerziell vertrieben und sind zum Selbstkostenpreis über einen Versand oder auf Fantreffen erhältlich. Sie enthalten Berichte, Kritiken und Kommentare – etwa über neue und alte Musikalben, über Filme sowie Fernsehserien, über Stars, Regisseure, geschnittene oder indizierte Streifen bzw. Songs. In Fanzines finden sich auch von den Fans selbst formulierte Kritik, Geschichten oder Comics. Zudem berichten sie über Clubtreffen, Ereignisse in der jeweiligen Szene und haben Rubriken für Leserbriefe sowie für Kleinanzeigen.<sup>25</sup>

Fanzines sind in der Musikszene entstanden, wo sie auch nach wie vor am stärksten vertreten sind. Darüberhinaus stehen sogar die meisten Kunst- und Literaturfanzines in Verbindung zum Musikkontext. Ein Großteil der Musik-Fanzines behandelt Musikrichtungen wie Hardcore, Independent, Heavy Metal, Punk, Progressive Rock und Ska.<sup>26</sup> Unabhängig produziert und nicht kommerziell vertrieben, können die größtenteils unregelmäßig erscheinenden Fanzines radikalere Meinungen und von weniger öffentlichem Interesse vertreten als Fachzeitschriften. Fanzines sind „nicht Fachmagazine im ursprünglichen Sinn, sondern [...] wesentlich persönlicher gestaltet und vom individuellen Stil der Hauptverantwortlichen geprägt.“<sup>27</sup> In den letzten zehn Jahren seien nach Sarah Dyer mehr und mehr Zines erschienen, die eigentlich keine Fanzines sind. Laut Dyer seien „die meisten der Zines, die wir heute lesen, „[...] eine Art Mini-Magazine mit persönlichem Touch.“<sup>28</sup> Auch Richard Gehr meint im Zine-Boom der 80er Jahre einen Wechsel des Objekts von „Fan action“ zum Herausgebenden selbst zu sehen. Er markiert damit den Übergang vom „Fanzine“ zum „Egozine“:

Zine culture hit its stride in the mid-‘80s with the mushrooming of thousands of tiny-edition photocopied publications distributed by mail, usually to other zine publishers. Many of these small, idiosyncratic hand-crafted publications no longer emphasized the idolized object of ‚fan action‘, but rather the zine creators themselves. They were proud amateurs – they loved what they did, even if few other readers (ranging from a couple of dozen to a couple of thousand) would ever appreciate their obsessive devotion to, for

---

<sup>23</sup> Ebd. S. 6.

<sup>24</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>25</sup> Winter, Rainer: Medien und Fans. Zur Konstitution von Fan-Kulturen. In: SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997, S. 47f.

<sup>26</sup> Vgl. Neumann 1993, o.S.

<sup>27</sup> Herth, Alexandra: Sprachliche Analyse von Fanzines. In: Neumann, Jens (Hg.): Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema, Mainz: -Verlag 1997. S. 144f.

<sup>28</sup> Dyer, Sarah: Action Girl. Zine-Kultur und wie’s gemacht wird. In: Baldauf, Anette und Weingartner, Katharina (Hg.): Lips. Tits. Hits. Power? Popkultur und Feminismus, Wien/Bozen: Folio 1998, S. 100.

example, the respective subjects of *Eraser Carver's Quarterly* or *Thrift Shop News*. [...]<sup>29</sup>

## 2.2) Geschichte und Umfeld der Zines

Es sind vor allem zwei Eckdaten, die für die Entstehung von Zines verantwortlich gemacht werden: die Science Fiction Zeit der 30er Jahre und die Punk-Ära der 70er Jahre. Im folgenden die geschichtliche Entwicklung der Zines hauptsächlich auf den anglo-amerikanischen Raum bezogen, da Zines hier ihren eigentlichen Ursprung fanden.

### • DIE ENTWICKLUNG VON DER DRUCKERPRESSE BIS INS 19. JAHRHUNDERT

Ordway – dessen Thesen ich im folgenden referiere - verfolgt die Geschichte der Zines zurück bis zur Entwicklung der Druckerpresse:

Broadsides- one-page, letter- and poster-sized sheets with a text reporting news, offering individual satire and other literary works – were a major feature of printed literature from the beginning of the printing press to the end of the 19<sup>th</sup> century.<sup>30</sup>

Die zwei spätmittelalterlichen Phänomene im Buchdruck – „early Jewish printing and the English-language pamphleteering of the Reformation“ – haben laut Ordway Ähnlichkeiten mit dem Zine. So seien die Ranters, englische Radikale der Cromwell Ära, mit ihren „anarcho-communistic doctrines“<sup>31</sup> Vorgänger der Dadaisten, Situationisten und Punks. Die Englische Revolution bewirkte den ersten großen Ausbruch unabhängiger Publikationen. Viele Katholiken veröffentlichten ihre Meinungen zum Glauben, Kirche und Vernunft. Die Pamphlete der Ranters seien ein wichtiges Beispiel dafür.

Die Verbreitung der Druckerpresse in Europa revolutionierte den Umgang mit Schriften, die plötzlich für jedermann/frau zugänglich wurden. Den gebildeten Gruppen war es auf einmal möglich, Texte zu vervielfältigen und so einem viel größeren Publikum zugänglich zu machen: „The result was the development of self-publication“.<sup>32</sup> Die Druckerpresse veränderte v.a. die jüdische, intellektuelle Lebensrealität. Viele betrieben unabhängige Druckereien. Jüdische Gelehrte konnten so ihre religiösen Schriften publizieren. Im 17. Jahrhundert verringerten sich revolutionäre Impulse und damit auch das Bedürfnis Pamphlete herauszugeben. Erst mit der Französischen Revolution erhielten unabhängige Publikationen, im besonderen Pamphlete und Journale, erneuten Aufschwung. Als größten „self-publisher“ aller Zeiten und Schutzheiligen aller „self-publisher“ bezeichnet Ordway den Dichter und Graveur William Blake. Blake's Werke wurden zur Gänze unabhängig

---

<sup>29</sup> Gehr, Richard: Zines. In: Daly, Steven und Wice, Nathaniel: alt. culture. An a-to-z guide to the 90's-underground, online, and over-the-counter, New York 1995, S. 280.

<sup>30</sup> Ordway. In: Vale, S. 155.

<sup>31</sup> Ebd.

herausgegeben. Unter den Pamphleten des 18. Jahrhunderts in den USA - zur Zeit der Amerikanischen Revolution - ist sicherlich Thomas Paines *Common Sense* mit einer Auflage von 100 000 bis 250 000 Stück das Bekannteste und Einflußreichste. Diese frühen Pamphlete waren von einzelnen Menschen konzipiert und geschrieben. Das Ziel der Pamphlete lag laut Duncombe weniger in persönlichen Erzählungen, sondern in einem politischen Kommunikationsmedium:

The aim of the pamphlet, however, was not to tender the purely personal musings of its author. Its function lay in offering a medium through which to analyze, articulate, argue for, and persuade other on political issues of the day.<sup>33</sup>

#### • ZINES IM 20. JAHRHUNDERT: DIE ANEIGNUNG DURCH DIE KUNST

Am Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts nützen dann insbesondere KünstlerInnen und AutorInnen das Medium der Eigenpublikationen (engl. „self-publications“). Diese Entwicklung spannt sich von dadaistischen zu surrealistischen und situationistischen Magazinen. Die erste Kunstbewegung, die neben aktionistischen Auftritten fast gänzlich auf unabhängigen Publikationen basierte, war Dada. Die Dadaisten publizierten Manifeste, Journale, Flugblätter und kleine Magazine in verschiedenen europäischen Städten. Einige der Journale erschienen nur ein einziges Mal, dennoch hatten die Publikationen von KünstlerInnen wie Hans Arp, Hugo Ball, Sophie Täuber-Arp, Hannah Höch, Francis Picabia, Tristan Tzara und Richard Huelsenbeck trotz ihrer Kurzlebigkeit großen Einfluß.<sup>34</sup> Ordway bezeichnet sie sogar als die ersten Zines:

Indeed, the Dada publications may properly be called the first proto-zines in that they were produced purely for the pleasure of their creators and provocation of readers, ignoring or satirizing all canons and standards of journalism. They were, like the zines of today, intended to be ephemeral.<sup>35</sup>

Auch Friedman findet Ähnlichkeiten der Dada-Publikationen mit modernen Zines:

Dada as an art movement, was nihilistic in character and was last word on cultural rebellion. The publications reflected that nihilistic, rebellious nature – with its chaotic design and cutting-edge writing, they threw all established conventions to the wind. Dada’s artist-publishers viewed the literary establishment as the enemy and aimed their publications’ attacks directly at the cultural elite. Today’s zine publishers feel the same enmity toward the mainstream media, corporate magazines, and monopolistic record companies. They, too, are attempting to shatter the norms of society by attacking the elite.<sup>36</sup>

Die Surrealisten führten diese Entwicklung weiter. Die erfolgreichen surrealistischen Journale

---

<sup>32</sup> Ebd.

<sup>33</sup> Duncombe, S. 27.

<sup>34</sup> Vgl. Friedman, S.11.

<sup>35</sup> Ordway. In: Vale, S. 157.

<sup>36</sup> Vgl. Friedman, S. 11.

*La Revolution Surrealiste*, *Le Surrealisme au Service de la Revolution* und *Minotaure* bezeichnet Ordway als „authentische Zines“ („authentic zines“).<sup>37</sup>

Der Situationismus in den 60er Jahren war eine weitere wichtige Station der Zines. Die „situationistische Internationale“ wurde 1957 gegründet und publizierte zwölf Ausgaben des Journals *Internationale Situationniste* bis 1969. Die situationistische Zeitschrift legte einerseits Wert auf Druckqualität und andererseits verachteten sie die „Ware“:

Significantly, the most important single self-publishing effort of the '50s and '60s, the French journal *International Situationniste*, eschewed mimeo for the highest standard of letterpress printing, along with expensive metallic paper covers. Like the Surrealists before them, the Situationists were anxious to show mastery of the print medium at the same time as they expressed their contempt for the commodity.<sup>38</sup>

Viele Aspekte ihrer Theorie können im Marxismus und in der Tradition avantgardistischer Kunstströmungen wie Dada oder Surrealismus gefunden werden. Von einer offenen politischen Position drückten die Situationisten ihre feindliche Einstellung gegenüber der existierenden Gesellschaft aus. Die moderne kapitalistische Gesellschaft wurde als eine Organisation von „spectacles“ („Schauspiel“) begriffen: „a frozen moment of history in which it is impossible to experience real life or actively participate in the construction of the lived world.“<sup>39</sup> Die Menschen seien völlig entfremdet nicht nur von den Gütern, die sie produzieren und konsumieren, sondern auch von den eigenen Erfahrungen, Emotionen, Wünschen und der eigenen Kreativität. Die Situationisten forderten die Transformation des täglichen Lebens vom bloßen Konsum in freie Kreation. Kunst solle nicht mehr von täglichen Leben getrennt sein, Sprache und künstlerischer Ausdruck implizierten bereits andere soziale Relationen sowie die Umkehrung von Wörtern, Bedeutungen, Theorien und Erfahrungen ins Gegenteil sind weitere Forderungen und Praktiken der Situationisten. Viele der darauffolgenden Zines knüpfen an diese Gedanken der Situationisten an. Vor allem Punk-Zines beziehen sich durch den Graphiker Jamie Reid direkt auf den Situationismus, aber dazu später.

#### • AB DEN 30ER JAHREN: SCIENCE-FICTION ZEIT FÜR FANZINES

Duncombe, Friedman und Neumann stimmen überein, daß Fanzines als eigenständiges Medium in den 1930er Jahren entstanden sind, einer Zeit, in der auch der Begriff „Fanzine“ geprägt wurde. Fans von Science-Fiction-Literatur begannen sogenannte „Fanzines“ herauszugeben, in denen sie ihre Geschichten und Kritiken publizierten. Innerhalb weniger

---

<sup>37</sup> Vgl. Ordway. In: Vale, S. 155-159.

<sup>38</sup> Ebd. S. 158.

<sup>39</sup> Plant, Sadie: The most radical gesture. The Situationist International in a postmodern age, London/New York: Routledge 1992, S. 1.

Jahre entstanden Science-Fiction-Clubs. Diese Gruppen starteten Fanzines, um in Verbindung zu bleiben und ihre Geschichten auszutauschen. Friedman – und auch Duncombe - führten diese Entwicklung auf Hugo Gernsbeck zurück:

In 1926, Hugo Gernsbeck launched *Amazing Stories*, the first magazine devoted exclusively to publishing original stories of science-based fiction. [...] Hugo made a minor decision that changed the face of science fiction forever – he printed the full addresses of the letter writers so they could contact each other directly.<sup>40</sup>

Um 1909 startete der junge Immigrant von Luxemburg in den USA das Magazin *Modern Electronics*. Drei Jahre später publizierte er Science-Fiction Geschichten. Diese Geschichten waren so populär, daß Gernsbeck sie 1926 in *Amazing Stories* herausgab. Er publizierte die Briefe der LeserInnen und druckte deren Namen und Adressen ab. Das hatte zur Folge, daß die LeserInnen *Amazing Stories* umgingen, einander direkt schrieben und so „Zines“ in Umlauf brachten. In den späten 1920er Jahren wurde die erste Science-Fiction-Fan Organisation, der „Science Correspondence Club“ gegründet, die im May 1930 *The Comet* (später *Cosmology*) herausgab.<sup>41</sup> *The Comet* gilt als das erste Fanzine der Geschichte. Der Begriff „Fanzine“ wird in den 40er Jahren, wie oben erwähnt, als Abkürzung von „fan magazine“ bekannt.

#### • ZINES ALS POLITISCHES SPRACHROHR

Nach dem ersten Weltkrieg tauchten erstmals „little magazines“, ähnlich den Zines, auf. Einzige politische Bewegung, die unabhängige Publikationen ernsthaft förderte, war die anarchistische. Deren Individualismus beeinflusste die Kunst- und Literaturkreise, in denen „the little magazine“ gedieh:

Perhaps the greatest of the post-World War I ‚littles‘ was *Transition*. Issued on Paris by Eugene Jolas, it published major works by James Joyce, Ernest Hemingway, André Breton and other modernist icons.<sup>42</sup>

Während des Zweiten Weltkriegs zirkulierten hunderte von Zine-ähnlichen Widerstands-Bulletins. Als Beispiel möchte ich nur die *Weißer Rose* der Geschwister Scholl nennen. Auch Leon Trotzky drückte seine Kritik an der sowjetischen Realität in Form eines „proto-zines“ namens *Byulleten Oppositzii* (oder *Bulletin of the Opposition*) aus. Es wurde vom exilierten Trotzky hauptsächlich in Paris und in russischer Sprache herausgegeben.<sup>43</sup> Ordway weist auf die Entwicklung im Osten Europas hin: „Samizdat“ das russische Wort für „self-publication“:

---

<sup>40</sup> Friedman, S.9f.

<sup>41</sup> Vgl. Duncombe, S. 107.

<sup>42</sup> Ordway. In: Vale, S. 157.

<sup>43</sup> Vgl. ebd. S.158.



As the Communist system approached breakdown in Europe, self-publication through the typewriter, and, very occasionally, xerox copying, proliferated; the most extensive *samizdat* productions were found in Russia, the former Czechoslovakia and Poland.<sup>44</sup>

Interessanterweise sind Publikationen der katholischen Kirche im Osten Europas in ihrer Machart den Zines wesentlich ähnlicher als etablierte katholische Journale. Vielleicht weil Katholiken aus Litauen, der Ukraine oder Albanien der Kontakt zu den Kirchenautoritäten in Rom fehlt und es dadurch an kirchliche Ressourcen und Richtlinien mangelt.<sup>45</sup>

Der Studentenbewegung in den späten 60er Jahren dienten Zines als Träger politischer Informationen. Es entstanden unabhängige Literatur- und Kunstzeitschriften „in denen Massen an JungautorInnen ihre ‚neue deutsche Weinerlichkeit‘ veröffentlichten und die noch bis Ende der 80er Jahre langweilig im Lay Out und nahezu unerträglich vom Inhalt her, vor sich hin existierten.“<sup>46</sup> Die einstige rebellische Stimme des Rock und Roll kippte in das alte, langweilige Establishment.<sup>47</sup> Neumann setzt den Ursprung von Musikfanzines mit der Gründung von Fanclubs der ersten großen Rock’n Roll Bands fest: „Die von den Clubs zusammengestellten Zeitschriften sind im Grunde die ersten wirklichen Musik-Fanzines“.<sup>48</sup>

#### • MITTE DER 70ER BIS 80ER JAHRE: PUNK UND HARDCORE

Der nächste große Wendepunkt ist Mitte der 70er Jahre anzusetzen: „Punk rock had finally arrived.“<sup>49</sup> Die Ära des Rock’n Roll wurde durch ein neues Musikgenre abgelöst.

Beginning in the mid-1970s as a reaction against the professionalization of rock music, punk took music back to its R&B, hillbilly, thoroughly unrespectable, roots. Songs were loud and fast and short: pure blasts of adrenaline with little pretense to studied musicianship. Part of Punk’s ideal was to decrease the distance that had been created between performers and audience: Kill Rock Stars, track down a couple of instruments, and make your own band.<sup>50</sup>

Mit Punk entstanden Musik-Fanzines, wie sie uns auch heute noch bekannt sind. Weil Punk von der Mainstream-Presse ignoriert wurde, begannen Punk-Bands und ihre Fans Fanzines über ihre Musik und kulturelle Szene selbst zu schreiben. Oberste Direktive des Punk ist Individualität. Punks sind aber auch Mitglieder einer Gemeinschaft: “ being a punk means you define yourself against society as an individual, but it also means that you define yourself as being part of a group, adhering to community standards.“<sup>51</sup> Es galt also authentische

---

<sup>44</sup> Ebd. S. 159.

<sup>45</sup> Vgl. ebd. S. 159.

<sup>46</sup> Neumann 1993, o. S.

<sup>47</sup> Engl.: „ol’ boring establishment“, Friedman, S.12.

<sup>48</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>49</sup> Friedman, S.12.

<sup>50</sup> Duncombe, S.118.

<sup>51</sup> Ebd. S. 62.

Individualität und gemeinschaftliche Solidarität, wie bei allen Netzwerk-Gemeinschaften der Zine-Szene, unter einen Hut zu bekommen. Zines dienten dabei als Austragungsort der Diskussionen um Gemeinschaft und Individualität, Freiheit und Regeln. Das Zine *Maximumrocknroll* ist bekanntes Beispiel rund um die Diskussion „Was ist Punk?“.

Unter den ersten Fanzines dieser Zeit sind vor allem *Punk* und *Sniffin' Glue*. Duncombe nennt als erstes Punk Fanzine *Punk*, das im Jänner 1976 in New York herauskam und für drei Jahre existierte. *Punk* war ein Musikfanzine im Charakter eines Underground-Comics.<sup>52</sup> John Holmstrom publizierte es mit Leggs McNeil und Ged Dunne. Das Heft verkaufte 3000 lokal und bald 25 000 weltweit. Im selben Jahr entstand in Großbritannien *Sniffin' Glue*, publiziert von Mark Perry. Duncombe nennt weiters *Ripped and Torn*. Heutige Fanzines sind diesem britischen Musik-Fanzine in Stil und Charakter – Berichte über Punkbands mit schlecht reproduzierten Bildern und schreibmaschinengeschriebenen Interviews – sehr ähnlich. Bald erschienen unzählige Punk Fanzines: „Soon the punk fanzine was a fixture at every show and in every hip record store, and joined the zine ranks of science fiction and SF-derivative fanzines.“<sup>53</sup> Teil ihrer Mission war – neben der Verbreitung von Nachrichten und Interviews von Punk Bands – ihre LeserInnen zu überzeugen, selbst aktiv zu werden. Nach dem Motto „jede/r kann alles“ feierten sie das Amateurhafte, und das nicht nur in der Musik, sondern auch in der Machart der Zines. Heute machen Musik-Zines das größte Genre aus. Die Verbindung zwischen Punk und Zines ist sehr eng: Mit der Punkbewegung begann der Boom der Zines, „eine nicht enden wollende Flut von Zines zu jedem nur erdenklichen Thema und Bereich der Jugendsubkultur“<sup>54</sup> entstand. Neumann charakterisiert diese Zeit wie folgt:

Die Punkszene, ihre anfängliche Euphorie, ihre relative Abgeschirmtheit gegenüber dem Rest der Musikszene und der Gesellschaft, ihrem etwas später entstehenden politischen Anspruch und vor allen Dingen ihrer Ideologie vom ‚D.I.Y.‘ dem ‚Mach was du willst, aber mach es selbst, es muß, soll nicht perfekt sein‘, eröffnete unendliche Möglichkeiten und die Jugend stürzte sich darauf. [...] Genau wie jeder in einer Band spielen konnte, konnte auch jeder ein Fanzine machen. Eine Schreibmaschine, einen Kopierer.<sup>55</sup>

Wichtigster Grundsatz des Punk ist, wie erwähnt, „Do-It-Yourself“ (DIY):

Doing it yourself is at once a critique of the dominant mode of passive consumer culture and something far more important: the active creation of an alternative culture. DIY is not just complaining about what is, but actually doing something different.<sup>56</sup>

---

<sup>52</sup> Vgl. Friedman, S.12.

<sup>53</sup> Duncombe, S. 118.

<sup>54</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>55</sup> Ebd.

<sup>56</sup> Duncombe, S.117.

Das Ideal ist alt in der Zine-Welt: Schon Science-Fiction Fans beteiligten sich aktiv und kreierten ihre eigene Kultur. Duncombe meint, DIY sei aus einer Notwendigkeit innerhalb der Punk Bewegung entstanden: Rekord- und Magazin-Industrie zeigten wenig Interesse an Punk Rock. Dies hatte die DIY-Philosophie zur Folge gehabt:

So if you were a punk musician and wanted to play to an audience you rented the local VFW hall. If you wanted to make a record you financed it yourself. And if you wanted to write about music you had to put out a zine.<sup>57</sup>

Mary Celeste Kearney betont die lange Geschichte des DIY und daß unkritische Zugänge, die Punk als Ursprung der DIY-Philosophie darstellen, diese Geschichte verzerren:

[...] I do believe it is important to pay attention to how uncritical accounts which position punk music as the originator of the DIY ethos seriously distort the lengthy history of DIY as an anti-corporatist ideology, an ideology which grounded various leftist movements committed to creating non-alienated forms of labour and social relations long before punk emerged in the 1970s.<sup>58</sup>

Die Ursprünge des DIY als alternative, gegenkulturelle und antikommerzielle Philosophie liegen demnach nicht im Punk, sondern bei den französischen linken Intellektuellen der 50er und 60er Jahre, die individuelle Verantwortung für Revolution postulierten.<sup>59</sup>

Punk Zines wurden händisch zusammengestellt und zeigten sich in einem „cut-and-paste“ Layout. Jamie Reid, Graphiker und Designer, und Malcolm McLaren, Manager der Sex Pistols, beziehen sich direkt auf den Situationismus:

Reid's *Suburban Press*, six issues of which appeared in 1970, had 'a shit-stirring format, with thorough research into local politics and council corruption, mixed with my graphics and some Situationist texts'.<sup>60</sup>

In vielem führte Punk die Tradition der Situationisten weiter:

Operating musically as art that could be made by anyone, punk re-established the dadaist critique of culture and broke down the distinctions between art and life. Its graphics, for which Reid was largely responsible, cut up newspapers, safety-pinned clothes, rewrote comics, and parodied official notices.<sup>61</sup>

Punks wie Situationisten attackierten die Kulturindustrie und Begriffe wie Originalität, Genie und Talent. Wie zuvor die Situationisten kritisierten Punks die Produktion von „Superstars“ und entwickelten ihre eigene Strategie: „Informed by the situationist critique of the star system, punk spawned a generation of little bands, small studios, and independent record

---

<sup>57</sup> Ebd. S. 120.

<sup>58</sup> Kearney, Mary Celeste: *The Missing Links. Riot grrrl – feminism – lesbian culture*. In: Whiteley, Sheila: *Sexing the Groove. Popular music and gender*, London/New York: Routledge 1997, S. 215.

<sup>59</sup> Ebd. S. 227.

<sup>60</sup> Plant, Sadie: *The most radical gesture: The Situationist International in a postmodern age*, London/New York 1992, S. 144.

<sup>61</sup> Ebd.

companies, as well as some very big corporations.“<sup>62</sup> Die Idee, daß jede/r Musik machen könne findet ihre Parallele in der Forderung der Dadaisten, jede/r könne ein/e Künstler/in sein.

Große Musikmagazine konnten mit der schnellen Entwicklung der Punkszene nicht mithalten und erklärten den Punk bald für tot: Fanzines jedoch hatten direkten Kontakt mit den Bands und waren selbst Teil der Szene. Sie wurden zum Kommunikationsmittel der Szene. Im deutschsprachigen Raum fanden nach Kleiber folgende Punk Zines Verbreitung:

Eines der ersten deutschsprachigen Punk Fanzines war das im Oktober 1977 von Peter Preissle herausgegebene Schweizer Fanzine NO FUN, das zum Vorbild vieler deutscher Fanzines wurde. Wegweisend war in Deutschland das Punk Fanzine THE OSTRICH, dessen Nr. 5 im November 1977 erschien. [...] Das erste amerikanische Fanzine, das in Europa größere Beachtung fand, war das MAXIMUM ROCK’N’ROLL, das im Juli 1982 erstmals in Berkeley, Kalifornien erschien.<sup>63</sup>

Ungefähr 80 bis 100 Fanzines im Bereich Punk/Hardcore erscheinen in Deutschland regelmäßig.<sup>64</sup>

Aus dem Punk entstand in den USA der Hardcore (HC) „[...] als ideale Erneuerung war Hardcore allemal eine Explosion ohne Gleichen, die Punk noch einmal unter neuen Vorzeichen belebte.“<sup>65</sup> Hardcore wurde „zu einer neuen Lebenseinstellung“.<sup>66</sup>

Korrektes politisches Verhalten, unabhängige politische Informationen, Vegetarismus, Engagement in der Szene, in politischen Organisationen waren und sind Ausdrucksweise für diese Lebensweise. Die HC-Szene entwickelte, immer angetrieben durch ihre Musik, ein eigenständiges, unabhängiges Kommunikations-, Vertriebs- und Produktionssystem, in welchem die Fanzines die wichtige Rolle der Information übernahmen.<sup>67</sup>

Es entstanden größere Fanzines mit regelmäßigem Erscheinen und professioneller Produktion. Mit dem Hardcore wuchs auch die Themenvielfalt: Immer mehr Fanzines entwickelten sich und begannen Comic, Kunst und Literatur einzubeziehen. Sie „schufen so die Voraussetzung für eine sich immer eigenständiger entwickelnde ‚Artcore‘-Fanzine-Szene.“<sup>68</sup> Auch Politik wurde ein wichtiger Bestandteil der Hardcorefanzines.

#### • DIE ENTWICKLUNG VON NETZWERK-ZINES IN DEN 80ER JAHREN

In den frühen 80er Jahren formierten sich dann auch sogenannte „Netzwerk-Zines“, die gänzlich aus Rezensionen anderer Zines bestanden. Verbindungen zwischen verschiedenen

---

<sup>62</sup> Ebd. S. 145.

<sup>63</sup> Kleiber, Stefan: Fanzines. Eine der letzten Alternativen. In: Neumann 1997, S. 54.

<sup>64</sup> Herth. In: Neumann 1997, S. 152.

<sup>65</sup> Büsler, Martin: Musikmagazine und Fanzines in Deutschland. In: Neumann 1997, S. 28.

<sup>66</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>67</sup> Ebd.

<sup>68</sup> Ebd.

Fan- und Interessensgemeinschaften wurden hergestellt. Science Fiction Fans nennen diese „data zines“, während sie allgemein als „network zines“ bezeichnet werden. Bekanntestes Beispiel ist das kalifornische *Factsheet Five*: „Es ist das Fanzine „mit den meisten Fanzinere Rezensionen [...] In ihm werden sechsmal jährlich Fanzines jeglicher Couleur besprochen.“<sup>69</sup>

*Factsheet Five* wurde 1982 von Mike Gunderloy gegründet. Er widmete sein Zine den Rezensionen anderer Zines und erleichterte so den Kontakt zwischen den Publizierenden. Gunderloy rezensierte alle Zines, von denen er ein Heft geschickt bekam. Alle Bereiche und Interessen waren vertreten. Durch das Angebot des freien Tausches mit jedem aufgelisteten Zine wuchs das Heft schnell in Größe und Umfang. Mit der ständig steigenden Zahl an Zines konnten in den frühen 90er Jahren die damaligen Herausgeber Mike Gunderloy und Cari Goldberg Janice, der 1990 dazukam, in *Factsheet Five* von „der Welt der Zines“ sprechen. Nach ihnen übernahm R. Seth Friedman das Projekt. Er führte wesentliche Änderungen ein. Er wählte Zines für Rezensionen aus, strich die Brief-Sektion und nicht-Zine-Rezensionen. *Factsheet Five* wurde zu einem kommerziellen Projekt. Das Layout wurde professionell, die Zines alphabetisch gelistet und nach Genres kategorisiert. Seth ist an LeserInnen-freundlichen Zugang und an Expansion interessiert. *Factsheet Five* wird nun auf nationaler Ebene in Buchketten geführt und findet so Eingang in kulturellen Massen-Konsum: „Seth’s magazine sells the underground to the masses.“<sup>70</sup> Seth konnte das Projekt zwar am Leben halten, aber nur unter Adaption der Regeln der Mainstream-Medien und -Kultur:

The result is mixed. As a consumer catalog that opens up the world of zines to people who had never seen a zine before, it is a success; as representing a culture born in opposition to the mainstream consumer culture, it is an abomination.<sup>71</sup>

Die Transformation von *Factsheet Five* von einem Zine in ein Magazin, oder besser Katalog, unterstreicht für Duncombe die Schwierigkeiten eines Versuches aus einem subkulturellen Ghetto in die größere, Kapital-dominierte Gesellschaft auszubrechen.<sup>72</sup>

Das Gegenstück im deutschsprachigen Raum, der *Fanzine Index*, liefert einen Überblick aktueller Zines in Deutschland, der Schweiz und Österreich. 1998 wurde der Index mit Rezensionen und Adressen aus Luxemburg, den Niederlanden und Belgien erweitert. Der *Fanzine Index* erscheint seit 1988 jährlich und publiziert Adresse, Inhalt und Preis der Zines, kombiniert mit Darstellungen der Fanzineszene und Aufstellungen von Archiven und Sammlungen. Die erste Ausgabe *Index on German Fanzines* umfasste 22

---

<sup>69</sup> Kleiber. In: Neumann 1997, S. 54.

<sup>70</sup> Duncombe, S. 161.

<sup>71</sup> Ebd. S. 162.

<sup>72</sup> Vgl. ebd. S. 163.

„Selbstdarstellungen“ und 62 Fanzine-Adressen. Mit der 4. Auflage (1992) wurde der Adreßbestand bereits von 172 auf 338 Magazine gesteigert. Nach der 6. Auflage mit 114 Fanzine-Beschreibungen und 52 Fanzineanschriften mangelte es an Geld. 1996 wurde in einem neuen Konzept die Beschränkung auf Musik aufgehoben und verschiedenste Bereiche (Comics, Science Fiction, Literatur,...) einbezogen. Das optische Erscheinungsbild wurde verbessert und redaktionelle Beiträge integriert. 1998 wurden europäische Länderschwerpunkt und deutsch-englische Zweisprachigkeit eingeführt. In dieser 9. Ausgabe sind über 300 aktuelle Adressen von Fanzines, Mailordern und Archiven aus Deutschland, Belgien, der Schweiz, Österreich und den Niederlanden enthalten. „Auf den Spuren von ‚Crossing Border‘“<sup>73</sup> sind an dem Projekt das Kultursekretariat Nordrhein-Westfalen/Rockbüro, das Musik Komm.-Archiv, der -Verlag, Dutch Rock & Pop Institute, ID-Archive, Wallonie Bruxelles Musiques und De Media Archive beteiligt.<sup>74</sup>

#### • DIE ENTWICKLUNG DER XEROGRAPHIE

Essentiell für die Entwicklung der Zines war die Erfindung der Xerographie. Thomas Edison und Albert Black Dick führten den ersten Mimeographen 1887 ein. Zur Blüte der Science-Fiction-Literatur in den 30er, 40er und 50er Jahren verbreiteten sich langsam Mimeographen. Mimeographen seien laut Ordway in den 30er Jahren eher für politische als literarische Zwecke verwendet worden:

Mimeo was first used widely among leftist by the ultra-radical synicalists of the Industrial Worker of the World – the fabled Wobblies, who were decentralized, local and footloose and had no qualms about declaring their mimeo machines to be (IWW) unionized printing facilities.<sup>75</sup>

Allerdings setzten sich die Maschinen erst in den 50er Jahren durch. Der erste Fotokopierer wurde 1959 herausgebracht, aber es dauerte noch einmal ungefähr zehn Jahre bis sie in großen Büros Verbreitung fanden. Etwas später bekamen FanzinerInnen Zugang zu den Kopiermaschinen. „Copy-Shops“ entstanden und die hohen Druckkosten fielen weg. Dem Kopierer wird wegen der niedrigen Produktionskosten und einfachen Zugänglichkeit ein hoher Stellenwert für die Zine-Produktion eingeräumt: „By the time the ’80s rolled around, Xerox machines had made their impact on American society and the zine publishers were on their way to create a revolution.“<sup>76</sup>

---

<sup>73</sup> Husslein, Uwe (Hg.): Fandom Research. Reader und Index zur Fanzine-Szene, Mainz: ^-Verlag, 1998, S. 3. (Grußwort von Lothar Surey).

<sup>74</sup> Vgl. ebd. S. 6ff.

<sup>75</sup> Ordway. In: Vale, S. 158.

<sup>76</sup> Friedman, S.12.

## • DIE ZUKUNFT: E-ZINES NEBEN PRINT-ZINES

Wie sieht die Zukunft der Zines aus? „One word: computers.“<sup>77</sup> Die Entwicklung im Internet und Computerbereich hatte ebenfalls große Auswirkungen auf die Produktion und den Zuwachs von Zines. Nicht nur das Layout der Zines verändert sich. Electronic Zines, sogenannte „E-Zines“, wachsen in großer Zahl. Viele ZinerInnen publizieren ihre Hefte im World Wide Web. Sie erreichen so einen weit größeren und weltweiten LeserInnenkreis und haben niedrigere Produktionskosten – abgesehen von der Anschaffung eines Computers. Während in den USA wegen der geringen Kosten und der Popularität des World Wide Web E-Zines explosionsartig entstehen, gibt es nach Marion Heck nur etwa ein Dutzend deutsche E-Zines.<sup>78</sup> Peter Lilly vermutet, „daß html-Zines quantitativ bald die gedruckten Erzeugnisse übertreffen werden.“<sup>79</sup> Durch die E-Zine Version besteht die Möglichkeit neue Leser für die Print-Version und Interessenten außerhalb der Fan-Gemeinde zu gewinnen. Meistens dient die Online-Version zur Bewerbung der Print-Ausgabe. Für E-Zines spricht, daß sie bewegte Bilder, Sounds, Links und Guestlists einbinden können. Außerdem gibt es bei der Distribution keine Probleme. Insgesamt ist der wesentlichste Faktor sicherlich die Vernetzung.

Die Chancen und Grenzen der E-Zines werden heiß diskutiert. Meistens wird die gänzliche Ablösung der Print-Zines durch E-Zines bezweifelt. Hauptargumente für Print-Zines ist ihre Materialität und die Einheit von Inhalt und Form, die Online nicht gegeben sind:

Doch selbst wenn all die besprochenen Mängel der Online-Fanzines behoben werden, ist zu bezweifeln, ob das WWW das optimale Medium für Zines ist. Denn mit dem Medium wird sich auf Dauer auch das Lesen verändern. Aus Sicht der Fanzine-MacherInnen muß befürchtet werden, daß in Zukunft Publikationen nicht mehr aufgrund von jahrelangem Vertrauen in die MacherInnen durch regelmäßiges Lesen konsumiert werden, sondern das gesamte Netz non-linear auf der Suche nach bestimmten Themen durchsucht wird. Und dabei stößt man eher zufällig durch Suchmaschinen auch auf Fan-Sites, von denen man dann nur den einen Artikel zum gesuchten Thema liest, anstatt sie in ihrer Ganzheit wahrzunehmen. Und das war/ist es doch immer, was Fanzines bisher ausgemacht hat, daß sie nicht in einzelnen Texten sondern in ihrer Ganzheit für etwas stehen – was immer das im Einzelnen ist: Punk, SF, Social Beat, Fußball, etc.<sup>80</sup>

Heck meint, daß E-Zines „[v]ielleicht [...] nach dem Photokopierer eine neue Entwicklungsstufe hin zu einer Demokratisierung des Literaturbetriebs [sind].“<sup>81</sup> Kritisiert wird an den E-Zines, daß nur privilegierte Menschen Zugang zu PC und Internet hätten und ein Teil des „eigentlichen“ Zines verloren ginge:

---

<sup>77</sup> Duncombe, S. 197.

<sup>78</sup> Vgl. Heck, Marion: Electronic-Zines. In: Neumann 1997, S. 100.

<sup>79</sup> Lilly, Peter: Online Fanzines – Dabeisein ist alles. In: Husslein, S. 14.

<sup>80</sup> Ebd., S. 16.

<sup>81</sup> Heck. In: Neumann 1997, S. 101.

[...] nevertheless, access to computers and scanners is still for the privileged few, and part of the appeal of a zine is its power to grant a voice to the most underprivileged in society, including citizens of high school age who have few resources. Desktop publishing programs demand a certain sophistication, whereas a paper zine can be created overnight with virtually no ‚art training‘ or computer exercise. Also, e-zines lack the human touch – many paper zines are personally hand-colored and accompanied by handwritten letters bearing drawings. Browsing e-zines on the World Wide Web could potentially net rewarding information, but as of this writing the most uncompromising and subversive zines are only available on paper.<sup>82</sup>

Duncombe spricht den E-Zines ein aufregendes Gebiet zu, zweifelt aber auch am kompletten Ersatz der Papier-Zines durch die neuen Computermedien. Auch er will die Materialität der Zines nicht missen und glaubt, daß Zines nicht untergehen werden:

After all, the telegraph, telephone, radio, and television never did away with the underground press. There is something about the materiality of a zine – you can feel it, stick it in your pocket, read it in the park, give it away at a show – that I myself would be reluctant to give up. It also doesn't matter. No matter what their medium of transmission, as long as there are mass media there will be micro communiqués; as long as there is the instrumentality of the market there will be communication based on love and rage; and as long as there are subterranean revolutions there will be notes from the underground.<sup>83</sup>

Und die Zahlen geben ihm recht: Der Boom der Zines hält an - so verdreifachte sich im Zeitraum zwischen 1994 und 1998 die Zahl der deutschen Fanzines auf der Pop Komm, 75 ausstellende Magazine mit rund 350 Fanzineschreibern waren vertreten.<sup>84</sup> Im Vergleich dazu, auf den amerikanischen Raum bezogen, ein weiteres Beispiel: *Factsheet Five* vertrieb 1991 unter Mike Gunderloy und Cari Goldberg über 10.000 Stück mit 1.259 Rezensionen, 95 Gedicht- und 366 Audio-Rezensionen. 1995 brachte der neue Herausgeber R. Seth Friedman über 16.000 Stück (12.000 garantierte Zirkulation) heraus. Neumann sieht die zukünftige Entwicklung wie folgt:

In einer Zeit, in der kommerzielle und öffentliche Medien immer mehr auf Einschaltquoten und pure Unterhaltung schielen, wird so der Markt und die Szene der unabhängig produzierten Zeitschriften immer mehr zur Möglichkeit und zum eigentlichen Ort alternativer und eventuell bald auch etablierten Kunst.<sup>85</sup>

### 2.3) Verschiedene Typen von Zines

Die Bandbreite der Zines ist groß und jeder Versuch einer Klassifizierung stellt wohl eine Verkürzung dar. Dennoch möchte ich versuchen, die verschiedenen Zines zu Typen zusammenzufassen. Zines beschäftigen sich mit Musik, Comics, Kunst und Literatur oder eben einer Mischung aus allem. Die meisten gehören verschiedenen Kategorien an, wodurch

---

<sup>82</sup> Vale, V. (Hg.): *Zines!*. Vol.I. San Francisco: V/Search 1996, S. 5.

<sup>83</sup> Duncombe, S. 198.

<sup>84</sup> Vgl. Husslein, S. 7.



ihre Zuordnung bzw. Klassifizierung wiederum erschwert wird. Sie wechseln auch Inhalt und Form je nach persönlichem Interesse der/s HerausgeberIn:

The majority of the zines are specialized, but only to the point that they communicate the range, however wide or narrow, that makes up the personal interests of the publisher. Zines meander and change direction, switching back, then back again, flowing wherever the publisher's interest takes them.<sup>86</sup>

#### • FANZINES

Für Duncombe sind Fanzines zweifellos die größte und älteste Kategorie aller Zines. Außerdem könnten alle Zines als Fanzines bezeichnet werden: „one might well argue that all zines are fanzines.“<sup>87</sup> Duncombe definiert Fanzines nämlich wie folgt: „Simply, fanzines are publications devoted to discussing the intricacies and nuances of a cultural genre.“ Er unterscheidet die folgenden Fanzine-Subkategorien: *science fiction*<sup>88</sup>, *music zines*<sup>89</sup>, *sports*<sup>90</sup>, *television und film zines*<sup>91</sup> und andere<sup>92</sup>. Weitere Typen sind für ihn: *Political Zines*<sup>93</sup>, *Personal Zines (or perzines)*<sup>94</sup>, *Scene Zines*<sup>95</sup>, *Network Zines*<sup>96</sup>, *Fringe Culture Zines*<sup>97</sup>, *Religious Zines*<sup>98</sup>, *Vocational Zines*<sup>99</sup>, *Health Zines*<sup>100</sup>, *Sex Zines*<sup>101</sup>, *Travel Zines*<sup>102</sup>, *Comix*<sup>103</sup>,

---

<sup>85</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>86</sup> Duncombe, S. 10.

<sup>87</sup> Duncombe, S. 9ff.

<sup>88</sup> „**science fiction** Beginning in the 1930s, publications by and for SF fans were the first zines. Now a majority numerically, SF fanzines still make up a solid segment of the zine world.“ Ebd. S.9.

<sup>89</sup> „**music zines**, focused on either a particular band or performer or, more commonly, a specific genre, most often punk or ‚alternative‘ rock. This category makes up the largest genre of zines in the United States today.“ Ebd.

<sup>90</sup> „**sports** These are not that big in the United States, but very popular in the UK where football (soccer) zines are an integral part of sporting life. Still, in the USA, fans of basketball, wrestling, skateboarding, roller derby, and women's sports all create zines.“ Ebd.

<sup>91</sup> „**television and film zines**, focused on entertainment both popular and patently unpopular; horror and kitsch drama are particularly well represented.“ Ebd. S. 9ff.

<sup>92</sup> „**etc.** Fans of household items, mass transit systems, board games, and what-have-you all put out zines – some done seriously, some as satire.“ Ebd. S.11.

<sup>93</sup> „**Political Zines** These may be broken down into two subgenres: **Politics** with a big P. These may be subdivided again according to more or less traditional categories as: Anarchist, Socialist, Liberitarian, Fascist, and ‚identity‘ categories such as Feminist and Queer. **politics** with a small p. These do not identify explicitly with traditional categories, but with political/cultural critique as a major focus of the zine.“ Ebd.

<sup>94</sup> „**Personal Zines, or perzines**, are personal diaries open to the public; shared notes on the day-to-day life, thoughts and experiences of the writer.“ Ebd.

<sup>95</sup> „**Scene Zines** These contain news and views on the local music and underground cultural ‚scene‘ in the writer's area.“ Ebd.

<sup>96</sup> „**Network Zines** Like *Factsheet Five*, these zines concentrate on reviewing and publicizing other zines, music, art, computer BBS (bulletin board systems), and other underground culture. They serve as nodal points for the bohemian diaspora.“ Ebd.

<sup>97</sup> „**Fringe Culture Zines** cover assassination theories and ‚proof‘ of secret nefarious undertakings, UFOs, and serial killers. They deal with the standard fare of supermarket tabloids, but explored in much more depth and with far more intelligence and sometimes humour.“ Ebd. S.11ff.

<sup>98</sup> „**Religious Zines** *Witches*, pagans, and born-again Christians, as well as ‚joke‘ religions like the Church of the SubGenius and Moorish Science, all put out zines for the faithful and wayward.“ Ebd. S.13.

<sup>99</sup> „**Vocational Zines** tell the stories of life on the job, whether that job be washing dishes, doing temp work, writing for a newspaper, working as a librarian, or practicing fractal geometry.“ Ebd.

<sup>100</sup> „**Health Zines** contain recipes für healthy food, information about diseases and medicine, advice on coping with AIDS and dealing with death, and other health-related issues.“ Ebd.

*Literary Zines*<sup>104</sup>, *Art Zines*.<sup>105</sup> Und der Rest der Zines nach Duncombe: „a large category“.<sup>106</sup> Neumann nennt folgende Typen von Fanzines: *Aktuelle Fanzines*, *Egozines*, *Comic Fanzines*, *Artcore Fanzines* und *Literatur Fanzines*.<sup>107</sup> Im folgenden gehe ich auf diese und Girl Zines ein.

#### • AKTUELLE FANZINES

Aktuelle Fanzines wenden sich vor allem der Musik und dem aktuellen politischen Geschehen zu:

Sie erfüllen vor allem die Aufgabe der aktuellen Information der Szene über Konzerte (Konzertdaten), neue Platten (Rezensionen), Bands (Interviews, Konzertberichte, Tourberichte) und bringen Statements zum aktuellen politischen Geschehen. Sie sind auch in Verbindung zur internationalen Szene.<sup>108</sup>

Sie sind in Musikmagazinähnlichem Layout und erscheinen regelmäßig.

#### • EGOZINES

Als „Königin“ der Fanzines bezeichnet Neumann das „Egozine“. Egozines sind Hefte, „die ganz von einer Person alleine zusammengestellt werden und in denen oft auch nur über Erlebnisse des/der MacherIn zu lesen ist“.<sup>109</sup> In den Egozines stehen die ProduzentInnen im Mittelpunkt: ihre subjektiven Gefühle, Gedanken, Ansichten und Leidenschaften werden auf die Lesenden losgelassen. Zines „celebrate the everyperson in a world of celebrity, losers in an society that rewards the best and the brightest.“<sup>110</sup> Die Amerikanerin Pagan Kennedy gab sechs Jahre lang das Zine *Pagan's Head* heraus und wurde damit zur Ikone der „Egozinesters“. Sie schreibt über ihre Zeit, in der sie als literarische Figur lebte, im folgenden Zitat:

For six years, I published a magazine all about myself. In it, I documented everything from my dreadlock hair-care tips to the antics of my roommate's pet pig to my travails as a struggling fiction writer. *Pagan's Head* (as the magazine came to be known) was just a little Xeroxed, stapled-together thing that I handed out to friends and acquaintances – but it changed my life. I began publishing it in an effort to procrastinate, to trick people

---

<sup>101</sup> „**Sex Zines** deal with straight, queer, bondage, black leather stories, pictures – a zine for probably every sexual proclivity.“ Ebd.

<sup>102</sup> „**Travel Zines** Very often in the form of ‚road trip‘ diaries, these zines are travelogues of bumming around on the cheap.“ Ebd.

<sup>103</sup> „**Comix** These underground comic books on themes humorous, serious, and nonsensical.“ Ebd.

<sup>104</sup> „**Literary Zines** showcase original fiction and poetry.“ Ebd.

<sup>105</sup> „**Art Zines** contain print media collages, photographs, drawings, and mail art which create a network of artists and a floating virtual gallery.“ Ebd.

<sup>106</sup> Ebd.

<sup>107</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>108</sup> Ebd.

<sup>109</sup> Ebd.

<sup>110</sup> Duncombe, S. 2.

into liking me, to get dates, to turn myself into a star, and to transform my boring life into an epic story. And the scary thing was, it worked.

I did get fans, friends, and dates – people responded to the *Head* with far more enthusiasm than I had ever anticipated. More to the point, the magazine imparted a surreal, cartoony quality to my life; during the years I published *Pagan's Head*, I existed on two levels. On the one hand, I was just another out-of-whack, directionless woman trying to muddle through her late twenties; on the other hand, I was the star of my own story, a story illustrated by cheesy clip art and half-assed cartoons and photos chosen because they made me look like I had high cheekbones. On the other hand, I was a frustrated writer, receiving rejection letters from the *New York Times* for my short stories; on the other hand, I was a publishing dominatrix who demanded my readers send me money, toys, and fan letters – and I got them. [...] I suppose I did it because I was shy, frustrated, and fucked up.<sup>111</sup>

„To turn myself into a star“ ist *das* Motto der Egozines. Der Mensch von der Straße wird zum Helden oder zur Heldin der eigenen Geschichte, in der die jeweilige Person alle gewünschten Charaktere und Merkmale tragen kann.

Duncombe bezeichnet diese Kategorie als „Personal Zines“ oder „perzines“. Seine Definition lautet so: „Personal Zines, or perzines, are personal diaries open to the public; shared notes on the day-to-day life; thoughts and experiences of the wirter.“<sup>112</sup> Perzines würden sich wie Tagebücher lesen, die für ein Publikum von außen geschrieben sind. Die AutorInnen von Perzines feiern vor allem den Alltag und „normale“ Menschen: „[...] perzines chronicle the lives and events of normal (or normally abnormal) people – by the standards of the mass media, dull people.“<sup>113</sup> Sie kreieren ihre eigenen Foren, in denen das alltägliche Leben und die Stimme der einzelnen wichtig genommen werden. In den Perzines sei dokumentiert, daß und was „normale“ Menschen denken:

These personal zines are testimony that regular people think: about themselves, about their experience, about politics, and about their role as creators and consumers of culture. [...] Perzines are the voice of a democracy: testimony to the unrepresented everyday, the unheard-from everyperson.<sup>114</sup>

#### • ARTCORE ZINES

Der Übergang von den Egozines zu den Comic-, Literatur- und Artcore-Zines ist nach Neumann fließend. In unserem Kontext sind Comic- und Artcore-Fanzines besonders interessant. Neumann schreibt über Artcore-Zines wie folgt:

[Artcore-Fanzines] sind zumeist Zusammenstellungen von eigenwillig illustrierten oder Science-Fiction beeinflusste Zeichnungen (s/w), die mehr als nur Illustrationen sind und sich als ‚Endpunkt‘, ‚Finale‘ einer Geschichte verstehen – Collagen, Comix, Fotos und

---

<sup>111</sup> Kennedy, Pagan: *Zine: How I Spent Six Years Of My Life in the Underground and Finally....Found Myself...I Think*. New York: St. Martin's 1995, S. 1f.

<sup>112</sup> Duncombe, S. 11.

<sup>113</sup> Ebd. S. 23.

<sup>114</sup> Ebd. S. 24.

Graphiken. Wichtigstes Merkmal dieser Hefte, welche noch mehr als andere Fanzines großen Wert auf einen eigenen Stil der Präsentation und hohe Druckqualität legen, ist die Internationalität der KünstlerInnen und ihre Verbreitung. Texte und Kommentare sind oft in englischer Sprache, oder zweisprachig abgefaßt. Natürlich gibt es in fast jedem Land der Erde mittlerweile Fanzines, aber ein Artcore-Fanzine ist, zumindest was die Zeichnungen anbetrifft, losgelöst von jeglicher Sprachgrenze. Sein Inhalt trifft die Gefühle und ist kultureller Geist vieler Menschen aus verschiedenen Kulturen und es ist Tummelplatz einer multikulturell beeinflussten Jugendkultur.<sup>115</sup>

Er weist auch auf ihren politischen Anspruch hin, indem sie gegen Unterdrückung oder Menschenrechtsverletzungen protestieren. Duncombe beschreibt „Art Zines“ so: „contain, print media collages, photographs, drawings, and mail art which create a network of artists and a floating virtual gallery.“<sup>116</sup> Auch er betont den Zweck der Entstehung von Netzwerken unter KünstlerInnen.

#### • COMIC ZINES

Ende der 70er Jahre publizierten junge ZeichnerInnen ihre Comics eigenständig und wehrten sich so gegen die Verehrung der etablierten Comic-Stars. Mit ihren experimentellen und ungewöhnlichen Heften belebten sie die Comicszene. Duncombe definiert „Comix“ folgendermaßen: „These are underground comic books on themes humorous, serious, and nonsensical.“<sup>117</sup> Neumann meint, daß heutige Comic-Publikationen von ehemaligen ZeichnerInnen aus der Fanzineszene bestimmt werden und nennt Walter Moers, König und Peter Puck als Beispiele.

#### • LITERATUR FANZINES

Mit Literaturfanzines erreichen die HerausgeberInnen relativ einfach eine kleine Öffentlichkeit, ohne sich mit den Absagen der großen Verlage herumschlagen zu müssen. Für Neumann sind Literaturfanzines „Übungsplatz‘ und ‚Auswahlverfahren‘ für junge AutorInnen, Experimentierfeld und Labor für neue Stile und Erscheinungsformen der Literatur“.<sup>118</sup> Aus vielen derartigen Fanzines entstanden Kleinverlage.

#### • GIRL ZINES

Seit der zweiten Frauenbewegung gibt es eine lange Tradition von informellen, feministischen Schriften. Green und Taormino verstehen „Girl Zines“ als handgemachte Publikationen von und für Frauen: „We define ‚girl zines‘ as do-it-yourself publications made

---

<sup>115</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>116</sup> Duncombe, S.13.

<sup>117</sup> Ebd.

<sup>118</sup> Neumann 1993, o.S.

primarily by and for girls and women.“<sup>119</sup> „Girl Zines“ beinhalten im allgemeinen persönliche und intime Arbeiten:

[...] they are simply about women's lives as they are lived on a daily basis. The writing tends to integrate information in a way we're not used to seeing. Among other things, zines are sites for communication, education, community, revolution, celebration, and self-expression.<sup>120</sup>

„Girl Zines“ verzichten auf hohe Produktionskosten und großen Vertrieb und konzentrieren sich nach der Grassroot-Philosophie auf ihre Gemeinschaft und Umgebung. Die Themen reichen sehr weit:

The writing in girl zines tackles important issues for girls, like body image, sexuality and violence; it also pushes the boundaries of genre, mixing personal stories, fiction, rants, poetry, essays, and journalism. [...] these are voices of a new generation of women writers debating feminism, politics, sex, culture, and the media.<sup>121</sup>

Viele „Girl Zines“ wie *Geek Girl*, *CyberGrrl*, *Gurl* und *Fat Girl* sind im Internet zu finden. Karen Green und Tristan Taormino, die Herausgeberinnen einer Sammlung von Girl Zines, heben den handwerklichen Aspekt und die Freude des Zine-Machens hervor. Girl-Zines zeichnen sich durch Collagen aus:

A big part of the thrill in making zines is the manual work it takes to put them together. Most zine makers put a lot of effort into paste-up and often zines are full of collage-art. And from the many stickered, starred and sparkle-covered letters we received, we'd say these girls enjoy the physical labor.<sup>122</sup>

Zu Girl-Zines und der Riot-Grrrl Bewegung siehe Kapitel 2.8.

#### 2.4) HerausgeberInnen und LeserInnen

„Freaks, geeks, nerds, and losers – that's who zines are made by.“<sup>123</sup> Für Menschen, die gerne schreiben und kommunizieren, aber es schwer finden, es von Gesicht zu Gesicht zu tun, sind Zines die perfekte Lösung: „the entry price is facility with the written word, and the compensation is anonymous communication.“<sup>124</sup> Nach Duncombe nehmen „Zinesters“ die Identität als „Loser“ selbstbewußt an und definieren den Wert eines „Verlierer“ neu:

Labeled losers by mainstream society, zinesters write to one another, glorifying their loserdom, and in the process making this negative label a positive one. By extolling losers as role models, zinesters create a new identity [...] The glorification of the loser is the revenge of the nerds. [...] As individuals, zinesters may be losers in the game of American meritocracy, but together they give the word ‚loser‘ a new meaning, changing

<sup>119</sup> Green, Karen und Taormino, Tristan (Hg.): *A Girl's Guide to Taking Over the World: Writings from the Girl Zine Revolution*. New York: St. Martin's Press 1997, S. 11.

<sup>120</sup> Ebd. S. 14.

<sup>121</sup> Ebd. S. 11.

<sup>122</sup> Ebd. S. 14.

<sup>123</sup> Duncombe, S. 17.

<sup>124</sup> Ebd.

it from insult to accolade, and transforming personal failure into an indictment of the alienating aspects of our society.<sup>125</sup>

Duncombe argumentiert, daß die „Verlierer“ der Gesellschaft in den Zines einen Platz bekommen, in dem sie eine Stimme, ein Zuhause und andere zum Kommunizieren finden. Sie betonen das Persönliche und stellen es in Verbindung mit dem Politischen nach dem Grundsatz der zweiten Frauenbewegung „The Personal is Political“. Was zählt ist ungefilterter, authentischer Ausdruck – und dieser muß nicht unbedingt Sinn machen, denn individueller Ausdruck ist nicht an eine sozial bestimmte Ordnung gebunden. FanzinerInnen argumentieren laut Duncombe für eine Welt ohne Künstlichkeit, in der sie ausdrücken können was sie *wirklich* fühlen und wer sie *wirklich* sind.<sup>126</sup> Das authentische Selbst ist keine fixe Identität, sondern flexibel je nach Erfahrung oder Umgebung: „What makes their identity authentic is that they are the ones defining it“.<sup>127</sup> FanzinerInnen konstruieren wer sie sind und was sie tun in Opposition zur Gesellschaft. AnhängerInnen des Punk - als pure Rebellion und Negation - sind dafür ein Beispiel. Duncombe folgert, daß Zines einen Raum für Menschen bieten, in dem sie neue Persönlichkeiten, Ideen und Politik ausprobieren können. Zines wären außerdem ein Medium der Kommunikation zwischen „Kollegen“: „The network of zines, embedded within a larger underground culture, creates a forum through which individuals may become able to construct their identity, formulate ideals of authentic life, and build a community of support, without having to identify themselves – either positively or negatively – with mainstream society [...]“<sup>128</sup> ProduzentInnen und LeserInnen können auswählen wen sie unterhalten und was sie lesen. Dies impliziert zwei Möglichkeiten, und zwar:

This means you can visit and be visited by people who have interests and experiences far outside your own. But it can also mean that you can limit interaction to *people just like you*.<sup>129</sup>

LeserInnen anzuregen, selbst ProduzentInnen zu werden, ist elementar in der Zine-Szene. Das „Nachmachen“ wird dadurch erleichtert, daß die meisten Zines kein Copyright auf ihr Material geben. Es wird erwartet, das Material zu „leihen“, zu teilen und zu reproduzieren. ProduzentInnen geben Tips und Information wie Zines am besten hergestellt werden können. FanzinerInnen sind entschieden Amateure und stellen die Dichotomie zwischen aktivem/r ProduzentIn und passivem/r KonsumentIn in Frage:

In an increasingly professionalized culture world, zine producers are decidedly amateur. In producing cheap, multiple-copy objects, they operate against the fetishistic archiving

---

<sup>125</sup> Ebd., S. 20f.

<sup>126</sup> Vgl. ebd. S. 36.

<sup>127</sup> Ebd. S.39.

<sup>128</sup> Ebd. S. 43.

<sup>129</sup> Ebd. S. 72.

and exhibiting of the high art world and the for-spirit of the commercial world. And by their practice of eroding the lines between producer and consumer they challenge the dichotomy between active creator and passive spectator that characterizes our culture and society.<sup>130</sup>

Die Botschaft der Zines besteht darin, nicht nur Nachrichten und Information zu erhalten, sondern sie auch selbst zu produzieren. Und diese Betonung auf Praxis ist laut Duncombe einmalig: „[But] what is unique, and uniquely valuable, about the politics of zines and underground culture is their emphasis on the practice of doing it yourself.“<sup>131</sup> Die Implikationen seien enorm, da DIY der erste Schritt Richtung „participatory democracy“ sei.<sup>132</sup>

Zines sind zum größten Teil Produkt eines einzelnen Menschen: „zines are almost always one-person operations.“<sup>133</sup> Eine Minderzahl wird von Kollektiven herausgegeben, die Mehrzahl nehmen Beiträge von anderen an. Green und Taormino weisen darauf hin, daß viele Herausgeberinnen von „Girl Zines“ primär gar kein Publikum intendieren, sondern Zines einfach als Medium zur Selbstverwirklichung betrachten:

[...] many of these girls and women tell us they don't do their zines for an audience necessarily. Many of them have a need to express themselves creatively and do their zines for themselves. For some, when they put their work out there, the reward is finding that their friends and other girls are touched by their stories, identify with them, and are inspired to tell *their* stories.<sup>134</sup>

Natürlich würden die meisten Zines – auf den amerikanischen Raum bezogen - in Großstädten wie San Francisco und New York City herausgegeben. Dennoch hat Duncombe herausgefunden, daß es eher die abgelegenen Orte sind, in denen Zines wirklich verfaßt werden: „Examining the zines reviewed in an issue of *Factsheet Five* [...] I found an almost two-to-one relation in favor of small-city/suburban/rural origin over large areas.“<sup>135</sup>

Die meisten der Zine-LeserInnen sind selbst HerausgeberInnen von Zines:

Just as most people who consume poetry are poets themselves, most people who consume fanzines are zine editors themselves. It's a very small, inward-looking scene.<sup>136</sup>

Viele AutorInnen weisen auf die kleine, oft in sich geschlossene Insider-Szene der Fanzine-Welt hin. HerausgeberInnen und LeserInnen teilen meist besondere persönliche Fantasien und Obsessionen, die nur für einen beschränkten Personenkreis von Interesse sind. Winter bezieht

---

<sup>130</sup> Ebd. S. 127.

<sup>131</sup> Ebd. S. 129.

<sup>132</sup> Vgl. Ebd.

<sup>133</sup> Ebd. S. 12.

<sup>134</sup> Green/Taormino S. 13.

<sup>135</sup> Duncombe, S. 14.

<sup>136</sup> Kanaan. In: Vale, S.111.

sich im folgenden Zitat auf Deutschland und gibt einige Beispiele zur Illustration der Insiderszene:

Wer Zugang zu Fanzines hat, beweist eine tiefe Integration in die jeweilige Sozialwelt, da viele dieser Blätter schwer zugänglich sind und in erster Linie Insiderinformationen enthalten. So stießen wir bei der Untersuchung der Welt der Horrorfans auf fast 40 in- und ausländische Fanzines. Auch bei den Fans von Fernsehserien sowie innerhalb der HipHop- und Punk-Bewegung, insbesondere außerhalb der Metropolen, spielen Fanzines eine wesentliche Rolle für die Herausbildung gemeinsamer Perspektiven. Sie stellen eine Gegenöffentlichkeit der Fans dar.<sup>137</sup>

Duncombe gibt uns einige Hinweise auf die LeserInnenschaft in den USA:

[...] most zinesters are young and the children of professionals, culturally if not financially middle-class. [...] It is white, middle-class culture – and ist discontents – that informs zines and underground culture. [...] Zine publishers are identified less by who they are, then and more by what they believe.<sup>138</sup>

LeserInnen in Amerika sind demnach großteils von weißer Hautfarbe und der Mittelklasse zugehörig. Nach Kanaan besteht das Publikum aus jungen Menschen aus dem College-Umfeld. Und dies sei eine Elite, die Zeit habe Zines zu lesen und auch zu produzieren:

So although there has been a huge explosion in zine production, the audience represents a population of mostly college-educated young people. Most people still do not own computers or have access to them, so it's a privileged elite who have the time to produce or read zines.<sup>139</sup>

## 2.5) Gestaltung, Erscheinungsweise, Finanzierung und Vertrieb

### • GESTALTUNG

Für Neumann gibt es zwei Grundtypen der Gestaltung eines Fanzines: Zum einen die reine Berichterstattung indem Artikel zu Bands und je nach Interesse verfaßt werden, und zum anderen die Veröffentlichung in Form von Interviews, Zeichnungen, Gedichten, Comics u.a. Die Gestaltung von Zines kann sehr unterschiedlich sein. Duncombe unternimmt den Versuch einer Beschreibung:

The form of the zine lies somewhere between a personal letter and a magazine. Printed on a standard copy machine, fastened together on the side or corner, or folded widthwise to form a folio and stapled in the crease, zines typically run from ten to forty pages. They can, however run over one hundred pages [...], and range from color reproductions and card stock covers [...] to [...] a seemingly random jumble of smudged copies, mass cultural flotsam and jetsam, and written personal statements stuffed into an envelope. As zines are put together by hand using common materials and technology – do-it-yourself is the prime directive of the zine world – they consequently look the part, with unruly cut-and-paste layout, barely legible type, and uneven reproduction. There

---

<sup>137</sup> Winter. In: SpoKK, S. 48.

<sup>138</sup> Duncombe, S. 8.

<sup>139</sup> Kanaan. In: Vale, S.111.



are, however, zines with large circulations [...] that are printed professionally on newsprint.<sup>140</sup>

Christoph Bieber sieht in der Gestaltung der Fanzines einen Trend zur Bricolage<sup>141</sup>:

So gelten etwa die in einer großen Formenvielfalt verbreiteten Fanzines als ein neues Kommunikationsmittel im Umfeld jugendkultureller Phänomene. Die wichtigsten grafischen Bestandteile der Fanzines sind daher Zeitungsartikel, Autogrammkarten, Konzertberichte und andere Fan-Materialien, die am heimischen PC bearbeitet, zusammengestellt und kommentiert werden. Nach abgeschlossenem Layout werden Fanzines meist in Copy-Shops vervielfältigt und gebunden, die Distribution erfolgt im Eigenvertrieb über die häufig vorhandenen Fan-Netzwerke. Ein Blick auf die Gestaltung der Fanzines läßt einen Trend erkennen, der aus anderen jugendkulturellen Zusammenhängen längst bekannt ist: Die Mischung bereits vorhandenen Materials wird zum Stilprinzip erhoben – Bricolage als ästhetische Strategie.<sup>142</sup>

Viele Zines stehen an der Grenze zu persönlichen Briefen. In ihnen ist die handwerkliche Arbeit sichtbar, sei es durch Handschrift, Collagen oder Zeichnungen. Die Zeichnungen erheben keinen Anspruch auf Professionalität, sondern stellen durch ihre Amateurhaftigkeit Vertrautheit zwischen ProduzentInnen und LeserInnen her: „More than technical expertise, however, zinesters value the bonds between the zine writer/artist, what he or she is drawing, and the person reading the zine.“<sup>143</sup> Die Design-Möglichkeiten, die sich durch Kopierer und PC-Scanner eröffnet haben, befreien die ZinesterInnen von handgemachten Illustrationen. Allgemein üblich ist, Material aus den Massenmedien zu nehmen und in den Zines zu reproduzieren: „making the mass media speak their own language.“<sup>144</sup>

Der „cut-and paste“ Stil wurde erstmals von Punk Zines aufgegriffen und ist nun in vielen Zines zu finden. Diese Ästhetik entstand als Reaktion auf professionelles Design und zielte ursprünglich auf die Kreation eines Antistils. Heute ist dieser Stil auch Standard in kommerziellen Publikationen geworden. Das Ideal, so Duncombe, sei es, visuell die Energie und Spontanität einer Punk Show kombiniert mit ungesetzlichen Konnotationen einer Notiz eines Kidnappers oder Terroristen zu replizieren. Er meint weiter: „Pasting down words on top of images on top of other words, cut-and-paste steals raw material from the commercial

---

<sup>140</sup> Duncombe, S.10f.

<sup>141</sup> Christof Meueler definiert „Bricolage“ wie folgt: „**Bricolage:** Nichtsichtbare magische Systeme wie Aberglaube, Hexerei oder Mythos gestatten es den Angehörigen dieser Kulturen das konkret in der Natur Vorfindbare in systematisch gedachte Zusammenhänge zu bringen, die sich endlos erweitern lassen, ‚da ihre Grundelemente in einer Vielzahl improvisierter Kombinationen verwendet werden können, die ihnen neue Bedeutungen eingeben‘ (Dick Hebdige). Das Denken hat hierbei handwerklichen Charakter: das Vorgefundene wird nach dem Prinzip ‚das kann man immer noch brauchen‘ (Lévi-Strauss) aufgehoben und eventuell neu kombiniert. Der Zweck der Mittel steht nicht von vorneherein fest. Er ergibt sich daraus, daß der Bastler sie in einen neuen Zusammenhang stellt.“ (Meueler, Christof: Pop und Bricolage. Einmal Underground und zurück: kleine Bewegungslehre der Popmusik. In: SpoKK, S. 35.)

<sup>142</sup> Bieber, Christoph: Vom Protest zur Profession? Jugendkultur und grafisches Design. In: SpoKK, S. 266.

<sup>143</sup> Duncombe, S. 98.

<sup>144</sup> Ebd. S. 99.

press, but uses it to create the opposite of a professional designed, well-planned, easy-to-read page.“<sup>145</sup>

#### • ERSCHEINUNGSWEISE

Das eigentliche Format der Fanzines ist A5. Viele sind auf A4 umgestiegen, haben ein übersichtlicheres Layout und orientieren sich mehr an Musikmagazinen als die kleineren Hefte. Oft ist der Übergang zu Musikmagazinen fließend. Am Format werden andere Einstellungen festgemacht:

Bis vor ein paar Jahren war ein Unterschied im Format auch ein Ausdruck einer anderen Einstellung zum ‚Fanzine machen‘. Fanzines im Format A5 waren mehr Hefte in kleinen Auflagen, ohne Anspruch von Aktualität. Das hat sich mittlerweile geändert. Es entstehen immer mehr Hefte im Format A4, die keinesfalls regelmäßig erscheinen, oder sonst Merkmale von aktuellen Zineas tragen. Andererseits gibt es Fanziner, die bewußt versuchen ein aktuelles Fanzine im Format A5 herauszubringen. Das hat etwas damit zu tun, daß dieses Format als die ursprüngliche Fanzineerscheinungsform angesehen wird. Einem Heft im Format A4 wird oft der Vorwurf der ‚Kommerzialisierung‘ oder der übertriebenen ‚Professionalität‘ gemacht.<sup>146</sup>

Auch für Neumann setzen A5-Fanzines mit neuen Ideen und Interessen neue Trends. Sie würden persönlicher und subjektiver ohne den Anspruch der Aktualität von Bands und Musik berichten. Sie kennen Bands persönlich und verbinden in den Fanzines verschiedene Bereiche (z.B. Comics, Gedichte). Außerdem wäre ihnen ein ganz bestimmtes Layout zu eigen: „Zusammen geschnibbelte Hintergründe, eingeschobene Kommentare der MacherInnen, etwas chaotisch, aber mit eigenem Flair.“<sup>147</sup>

Nicht selten erscheinen Zines nur einmal, aber es gibt auch solche, die über Jahre hinweg Hefte veröffentlichen. Duncombe schätzt die durchschnittliche Auflage eines Zines auf 250 Stück. Die HerausgeberInnen streben nicht nur danach, Kontrolle über Produktion und Vertrieb, sondern auch persönlichen Kontakt mit den LeserInnen zu haben: „[...] as publishers strive for a scale that allows them to have complete control over production and distribution, while maintaining personal contact with their readers.“<sup>148</sup> Während manche HerausgeberInnen ihr Zine von möglichst vielen Leuten gelesen haben wollen, sind sie auch besorgt um den Verlust von Kontrolle. Die Steigerung der Auflage könnte zu Kompromissen – organisatorisch, inhaltlich, formal - führen.

---

<sup>145</sup> Ebd.

<sup>146</sup> Neumann, 1993, o. S.

<sup>147</sup> Ebd.

<sup>148</sup> Duncombe, S. 12.

## • FINANZIERUNG

Neumann nennt zwei Grundideologien Fanzines zu finanzieren: Einerseits die der totalen Abhängigkeit, in der das Produkt nur über den Verkauf finanziert wird und andererseits die Zulassung von Anzeigen. Bei den Anzeigen müssen man zwischen solchen von ‚Firmen‘, Vertrieben und Labels der Szene und kommerziellen Anzeigen von außerhalb unterscheiden.<sup>149</sup> Kanaan meint, daß Inserate immer Teil der Fanzines waren:

Actually, fanzines have always had advertising. Often when they start, they advertise things for free, such as friend's record label or other fanzines. Perhaps the major distinction involves *who* they accept advertising from, and whether it's paid.<sup>150</sup>

Grundsätzlich muß festgestellt werden, daß mit Zines kein Gewinn gemacht und auch nicht erwartet wird:

To say that zines are non-for profit is an understatement. Most lose money. It's not that they aim to be in the red; most try to break even, and if money is made that's fine, it is more money to spend putting out the next issue. [...] But as a rule, and with the exception of free zines and records sent in for reviews, zines are not expected to bring material reward. In fact the very idea of profiting from a zine is anathema to the underground, bringing with it charges of ‚selling out‘. What zines are expected to provide is an outlet for unfettered expression and a connection to a larger underground world of publishers doing the same.<sup>151</sup>

Auf keiner Ebene sei ein Gewinn zu erwarten: „So, on all levels of a fanzine (producing, distributing, and retailing), there aren't really any substantial profits.“<sup>152</sup>

## • VERTRIEB

Der Vertrieb der Zines bereitet den ProduzentInnen Kopfzerbrechen: „With the desktop publishing revolution, production is actually the easy part – the *distribution* is the main headache.“<sup>153</sup> Die Werbung läuft im Grunde über Mundpropaganda und Rezensionen in anderen Zines: „They are advertised via word of mouth, through other zines' review sections, and by zines of zines such as *Factsheet Five*, whose purpose is to review and publicize these media.“<sup>154</sup> Die/der HerausgeberIn verteilen Hefte an Freunde und Fans. Außerdem werden Zines mit der Post zu anderen Zine-HerausgeberInnen verschickt. Sie erhoffen sich Rezensionen oder den Tausch eines Heftes mit einem anderen Zine. Zines sind nicht beim Zeitschriftenhändler erhältlich. Und dennoch sei es laut Kleiber nicht schwer, Zugang zu den Heften zu bekommen:

---

<sup>149</sup> Vgl. Neumann 1993, o.S.

<sup>150</sup> Kanaan. In: Vale, S.108.

<sup>151</sup> Duncombe, S. 12ff.

<sup>152</sup> Kanaan. In: Vale, S.110.

<sup>153</sup> Ebd. S.107.

<sup>154</sup> Duncombe, S. 12.

Trotzdem stellt es – zumindest für den Szeneinsider – kein Problem dar an die Hefte heranzukommen, [...] [Anm.: bei Konzerten, Besprechungen in anderen Zines, E.Z.]. Weiter kann man Fanzines in Szeneplattenläden und Szenekneipen erstehen. Aber auch über den Postweg kann man die Hefte beziehen. Zum einen vertreiben sog. Mailorder, die sich auf den Versand von Tonträgern spezialisiert haben auch Fanzines (meist sogar internationale) und andere Artikel wie Videos oder T-Shirts von Punk/Hardcore Bands und zum anderen gibt es mittlerweile sogar Vertriebe, die sich ausschließlich auf den Verkauf von Fanzines beschränken.<sup>155</sup>

## 2.6) Rezeption und politische Aspekte

Im diesem Kapitel stelle ich die Position Duncombes dar. In seinem Buch „Notes from Underground. Zines and the Politics of Alternative Culture“ geht er auf die politischen Implikationen von Alternativkultur und ihre massenmediale „Entdeckung“ ein. Er bezieht sich auf den nordamerikanischen Raum.<sup>156</sup>

„Alienation, rebellion, underground culture, and zines are a last week’s story“<sup>157</sup> : Ende der 80er und zu Beginn der 90er Jahre entdeckte die Mainstream-Presse in den USA die Welt der Zines. Wie Zines Material von Massenmedien „ausborgten“, „lieh“ die Kulturindustrie Aspekte der Subkultur und änderte in dem Aneignungs-Prozeß deren Bedeutung. Zines seien für den Mainstream so attraktiv, weil Alternativkultur in Opposition zur Kommerzkultur kreiert wurde, so Duncombe. Was der Mainstream-Kultur fehlt - und worauf FanzinerInnen Wert legen - ist Authentizität. Wenn Ideen, Stile und Medium der Subkultur richtig verarbeitet werden, könnten sie die Kultur, gegen die sie rebellieren, erneuern und erfrischen, so die Theorie der Vermarktungsmaschinerie. Die „Gegenkultur“ („counterculture“) wurde als potentiell lukrative Business-Umgebung entdeckt: „[...] contemporary capitalism *needs* cultural innovation in order to open new markets, keep from stagnating, invest old merchandise with new meanings, and so on.“<sup>158</sup> Kulturelle Innovationen sind Treibstoff für die Wirtschaft. Neue Ideen für Produkte wurden nicht in Designer Studios gefunden, sondern in den Straßen. Die „Gegenkultur“ hatte etwas entwickelt, was der Mainstream-Gesellschaft fehlte und was sie haben wollte. Die Alternativkultur setzte sich damit der Gefahr des „Ausverkaufs“ aus.<sup>159</sup>

Mit der Entdeckung durch die Mainstream-Medien gehen gewisse Gefahren für Subkultur und Zines einher. Laut Duncombe sind Subkultur<sup>160</sup> und die daraus hervorgehenden Zines Produkte eines Versuches eine authentische und „nichtentfremdende“ Kultur zu

---

<sup>155</sup> Kleiber. In: Neumann 1997, S. 65.

<sup>156</sup> Besonders hilfreich waren die Kapitel 6 „Discovery“ (S. 131-140), Kapitel 7 „Purity and Danger“ (S. 141-173), Kapitel 8 „The Politics of Alternative Culture“ (S. 174-194) und Kapitel 9 „Conclusion“ (195-198).

<sup>157</sup> Duncombe, S. 173.

<sup>158</sup> Ebd. S. 192.

<sup>159</sup> Vgl. ebd. S. 131 ff.

<sup>160</sup> Bei Duncombe „underground culture“. Ich übersetze im folgenden den Begriff mit „Subkultur“.

schaffen. Aber diese steht innerhalb der größeren Gesellschaft. An den Wurzeln von Subkultur liegt die Separation von der herrschenden Gesellschaft: „ – its very existence stems from this negation.“<sup>161</sup> Die Trennungslinien basieren auf einer realistischen Einschätzung der Gefahr einer kommerzialisierten Gesellschaft, die Kultur - und speziell rebellische – für ihre Zwecke inkorporiert. Dadurch werden Dinge, gegen die sich Subkultur aussprach, ins Gegenteil verkehrt. Kein Wunder also, daß in der Zine-Welt ein großes Mißtrauen gegenüber den Medien und deren Darstellung von Zines herrscht. Befürchtungen werden laut, daß Medien in ihrer Präsentation – die für viele MedienkonsumentInnen die einzige Repräsentation ist, die sie von Subkultur sehen – Subkultur verzerren, Menschen dies sehen, adaptieren und Subkultur genau so endet wie die Medien sie porträtiert haben.<sup>162</sup> Zines werden von den FanzinerInnen als Antithese zu den großen Massenmedien wahrgenommen.

Manche FanzinerInnen entscheiden, nicht mit Mainstream-Medien zu kooperieren, wie z.B. die Riot Grrrls. Andere geben der Presse Mißinformation. Eine weitere Strategie ist Ironie: Ironie als dem Gegenteil von Authentizität ist in ihrer Bedeutung vom Kontext und einem wissenden Publikum abhängig: „[...] using irony is a pragmatic response to a commercial culture that eats up any positive statement, strips it of its original meaning and context, and reproduces and disseminates it as an affirmation of its own message of consumption.“<sup>163</sup> Die Verwendung von Sprache und Symbolen der herrschenden Kultur in den Zines erlaubt ein gewisses Maß an Kontrolle über diese Sprache und Symbole. Außerdem erfordert Ironie eine aktive Verbindung mit dem Publikum und verbindet eine subkulturelle Gemeinschaft. Das Problem dabei ist, so Duncombe, folgendes: „While criticizing the dominant culture obliquely through irony, the underground reaffirms its dependency on it.“<sup>164</sup>

Mit der „Entdeckung“ der Zines ging und geht eine große Popularität des subkulturellen Mediums und dessen Botschaft einher. Diese Popularität wird von den FanzinerInnen als reale Gefahr wahrgenommen. Bei manchen führt dies zu folgender Strategie: „This leads some in the zine world into a seeming paradox: celebrating obscurity.“<sup>165</sup> Jeder Hinweis auf Popularität und Möglichkeiten des Zugangs ist suspekt. Dies sei nach Duncombe destruktiv, da die Bandbreite alternativer Kultur eingeschränkt würde. Das Ideal von alternativer Kultur sei, ihre Botschaft zu verbreiten, aber in dieser Selbst-Ghettoisierung sei dieser Anspruch problematisch geworden, wenn nur diejenigen, die Zugang haben, die Botschaft bekommen würden. Andererseits würde eine Gruppensolidarität

---

<sup>161</sup> Duncombe, S. 141.

<sup>162</sup> Vgl. ebd. S. 145.

<sup>163</sup> Ebd. S. 146.

<sup>164</sup> Ebd. S. 148.

<sup>165</sup> Ebd. S. 155.

wiederhergestellt. Mit der „Entdeckung“ der Zines durch die Medien eröffnen sich für ProduzentInnen alternativer Kultur Möglichkeiten größerer Verbreitung und Kontakte. Aber die Befürchtung, daß im Prozeß der Popularisation die Botschaft der Zines – als Alternative zur Konsumwelt - verloren gehen würde, besteht laut Duncombe wirklich.<sup>166</sup>

Unzufrieden mit der Selbst-Ghettoisierung, brechen manche „Zinesters“ aus und wenden sich der kommerziellen Kulturindustrie zu. Daraus resultiert der Verkauf der Subkultur als „Style“: „Stripped of their meaning, zines are an empty husk.“<sup>167</sup> Es gibt Versuche, einen Mittelweg zu finden, z.B. durch unabhängige Vertriebssysteme, die zwischen Zine-ProduzentInnen, LeserInnen und größeren kommerziellen Verkaufsstellen vermitteln. „Riot Grrrl Press“ beispielsweise reproduziert, listet und vertreibt Riot Grrrl- und andere frauenspezifische Zines. Manche Zine-ProduzentInnen benützen ihre Zines und die damit verbundenen Erfahrungen als Ausgangspunkt für einen Schritt in die kommerzielle Medienwelt: „In the post-discovery age, zines can be the path from being a loser to becoming a winner.“<sup>168</sup> Angi Henn, Herausgeberin von *Art Attack. Fanzine für Comic und Musik* beschreibt in ihrem Zine ihre gemischten Gefühle gegenüber den Motivationen von FanzinerInnen:

Und dann frage ich mich, warum Leute Zines machen. Ich hatte immer gedacht, daß man Zines macht, weil man nicht anders kann. Weil einem Sachen auf der Zunge liegen, die aufs Papier müssen. Weil man denkt. Weil man fühlt. Weil man seine Ansichten auf die ganze Welt loslassen muß. Weil man lachen und heulen muß. Weil Fanzinemachen eine Sucht ist. Oder – weil man viele Gratis-Platten bekommen möchte, und noch vor dem Erscheinen der #1 Kleinanzeigen schaltet, wie ‚send all your stuff for review‘? Weil man mit den angeblichen Rockstars (soviel zum Thema no more heroes) auf Du und Du plaudern und mit Backstage-Paß ausgerüstet Campinos Minibat plündern will? Weil ‚ich mein Gästelisten-Bestätigungs-Fax zuhause vergessen hatte und fünf Mark Eintritt zahlen mußte‘? Weil man dadurch WICHTIG wird? Oder ist das Ganze nur ein Sprungbrett auf dem Weg zum Voluntariat bei Spex oder Viva?<sup>169</sup>

Das Zitat ist ambivalent: Einerseits schreibt sie von der Sucht Zines herauszugeben und andererseits von den - verführerischen und egoistischen – Möglichkeiten, sich den Mainstream-Medien zu „verkaufen“, etwa mit einem Karrieresprung zu *Spex*. Das Musikmagazin *Spex* war selbst einmal ein Fanzine und Teil einer Subkultur.<sup>170</sup> Heute besetzt es eine marktführende Position in der Musikmagazinindustrie. Diese Entwicklung bestätigt Neumanns These, daß „die Generationen [...] der heutigen Subkultur die kreativen und

---

<sup>166</sup> Vgl. ebd. 166f.

<sup>167</sup> Ebd. S. 168.

<sup>168</sup> Ebd. S. 164.

<sup>169</sup> Henn, Angi: Fanzine. Eine kleine Geschichte vom Wichtigsein. In: *Art Attack. Fanzine für Comics und Musik*, Darmstadt, # 6, S. 9.

<sup>170</sup> Vgl. Büsser. In: Neumann 1997, S. 18 ff.

gestalterischen Kräfte der Zukunft hervorbringen [werden], die die entsprechenden Stellen der Musik-, Literatur-, Kunst-, Medien-, und Presseindustrie besetzen und selbst hervorbringen.“<sup>171</sup>

Nach Duncombe ist Kultur ein Ort, an dem völlig unterschiedliche Seh-, Denk- und Seinsweisen ausprobiert und entwickelt werden können. Zines sind ein Weg diesen Ort zu schaffen. Duncombe weist jedoch auf den politischen Anspruch hin, ohne den dieser kulturelle Ort nur wenig bedeutet: “But without a connection between cultural imagination and political implementation this means little.“<sup>172</sup> Zines haben ein mögliches Potential an politischem Widerstand, da sie in Reaktion auf die dominante Kultur und in Anlehnung an Partizipationskultur-Modelle ihre eigenen alternativen Bedeutungssysteme und Repräsentationen produzieren. In Zines werden alternative Gesellschaftsmodelle imaginiert, sowie mit gesellschaftlich noch nicht akzeptierten Identitäten, Emotionen und politischem Vokabular experimentiert. Duncombe sieht ein reales politisches Potential in diesen imaginierten Welten. Die Zine-Netzwerke unabhängiger Kommunikation stellen ein Ideal sozialer Organisation dar und kommen anarchistischen Vorstellungen von freiwilliger, nicht-hierarchischer, omnidirektionaler Kommunikation und daß jede/r BürgerIn ein ProduzentIn/KonsumentIn sein sollte, sehr nahe.

Der politische Anspruch der Zines liegt nach Duncombe in der Do-It-Yourself-Philosophie, in der Verweigerung passiv zu sein, auch als bewußter Akt gegen den status quo. Dem widerspricht jedoch folgendes Argument: „The idea of not allowing your creativity to be stymied by any ‚authoritarian system‘ is the essence of American individualism.“<sup>173</sup> Duncombe folgert, daß Zines ein Weg sind für jene, die in der Ideologie des amerikanischen Traums von individueller Kreativität aufgewachsen sind. Zines sind vor allem ein bewußtseinsbildendes Werkzeug, mit dem Erfahrungen ausgetauscht werden. Der Schritt in politischen Aktivismus ist nach dieser Bewußtseinsbildung und dem Aufbau von Vertrauen innerhalb der Subkultur leichter. Oft ist das subkulturelle Umfeld aber auch eine Insel, auf der die von der realen Welt Geflüchteten sitzen.

Ein politisches Hindernis, mit dem Zines konfrontiert sind, liegt in der Negation des Gegebenen: „[...] what unifies the underground is *a negation of what is*.“<sup>174</sup> Politik hingegen erfordert Solidarität, planvolles Vorgehen und eine Vision. Effektive politische Änderungen können nur gemeinsam bewirkt werden, was nicht heißen soll, daß radikale Politik Menschen unkritisch akzeptieren sollte. Geändert werden soll, wie die meisten Menschen ihre Welt

---

<sup>171</sup> Neumann 1993, o.S.

<sup>172</sup> Duncombe, S. 175.

<sup>173</sup> Ebd. S. 179.

verstehen. Seine „Otherness“ zu feiern ist als politische Strategie relativ nutzlos, wie „identity politics“ beispielsweise zeigt. Gefordert wird eine Politik der Authentizität und der Verbindung des Persönlichen und Politischen. Dies limitiert jedoch den Bereich des Engagements. Politische Organisationen sind der Politik der Authentizität suspekt. Anstelle derer wird eine Politik, die selbst nicht weiß, daß sie politisch ist, favorisiert. Die Hoffnung eines alternativen Kommunikationssystems liegt in der Verbreitung radikaler Ideen durch selbst-bestimmte, unabhängige und anti-kommerzielle Projekte. Aber diesem Ideal unterliegen Beschränkungen. Duncombe begründet dies so:

It conflates a model of communication with a model of politics, and politics at the macro level is about not communication, but contestation. [...] The politics of authenticity may be quite effective as a means of communicating and demonstrating dissent, but sooner or later any dissenting politics has to confront conflict that can't be resolved through understanding. [...] The underground rejection of political instrumentality and abstraction is understandable, but a politics that dare not speak its name can never make the leap from personal communication to real political effect.<sup>175</sup>

Duncombe befürchtet sogar manchmal, daß Zines und Subkultur zwar eine Kritik der Massengesellschaft erlauben und alternative Modelle der Kreation, Kommunikation und Gemeinschaft konstruieren, aber gar keine Änderungen beabsichtigen, da sie sicher in ihrer Welt bleiben. Er meint, man könnte sogar argumentieren, daß Subkultur ihre Wut sublimiert. Wut, die ansonsten vielleicht in politischen Aktionen ausgedrückt würde. Aber solange die Politik der Subkultur Politik der Kultur bleibt, werden sie eine Art „virtual politics“<sup>176</sup> bleiben, so Duncombe. Als solche hat er ein wenig Hoffnung, daß Subkultur bedeutende soziale Änderungen bewirken kann. Er setzt dabei auf individuelle politische Aktion: „Individuals can and will be radicalized through underground culture, but they will have to make the step to political action themselves.“<sup>177</sup> Subkultur ist jedoch nicht nur in Reaktion auf die Gesellschaft entstanden, sondern wird auch durch sie geformt und geführt. Tatsächlich gibt es keine kohärente politische Linie, für oder zu der Zines sprechen würden. Duncombe folgert:

But [...] the reason why this underground culture can never be sustained, nor its ideals be expanded intact, outside its own ghetto is also because it has no politics. It has no effective way to repel co-option by parasitic marketers, no way to reach out to the unconverted, no way to mediate between the annihilation of purity and the danger of selling out, and finally no way to combat the political and economic machine that is the cause of the alienation it protests. By looking for cultural and individual solution to what are essentially structural and societal problems, and locked into the contradiction of being wed to the society it hates, the underground inevitably fails. [...] The final

---

<sup>174</sup> Ebd. S. 183.

<sup>175</sup> Ebd. S. 188.

<sup>176</sup> Vgl. ebd. S. 192.

<sup>177</sup> Ebd..



irony is that the underground were to win, and through political struggle vanquish the evils of consumer capitalism, it would die. For what gives bohemia its love and rage and creativity is its uneasy embrace with the enemy.<sup>178</sup>

Innerhalb der herrschenden Kultur markieren Zines dennoch einen Freiraum: „[...] a space within which to imagine and experiment with new and idealistic ways of thinking, communicating, and being.“<sup>179</sup> Mit ihren Idealen eines authentischen und nicht-instrumentellen Lebens fordern sie die moderne Gesellschaft heraus und kreieren einen Ort des Experimentierens mit sozialer Produktion und Organisation. Soweit die Richtung, in die die Gesellschaft zukünftig gehen könnte und weiter: „Zines, in their content, form, and organization, constitute an alternative ideal of how human relations, creation, and consumption could be organized.“<sup>180</sup> Ihre Stärke sieht Duncombe nicht darin, was sie sagen, daß sie tun würden, sondern darin, was sie wirklich *sind*. Zines demonstrieren laut Duncombe im Kleinen, daß nicht jede/r von der Logik des Marktes bestimmt ist und daß Widerstand wirklich existiert.

## 2.7) Magazine und Zines: Eine Charakterisierung

Es läßt sich nur schwer eine Grenze zwischen Magazinen und Zines ziehen, da sie inhaltlich oft dieselben Themen behandeln und formal „Mainstream“-Magazine gerne die Ästhetik der Fanzines übernehmen. Der eigentliche Unterschied liegt laut Kanaan in der Auflage:

The mainstream is stealing, borrowing or assimilating underground ideas – partly because the ideas of many zines are *not* avantgarde! In terms of *content*, a music fanzine photocopied at Kinko’s with a circulation of 50 can contain interviews with exactly the same bands as *Rolling Stone* or *Sting*; the only difference is circulation.<sup>181</sup>

Kanaan nennt auch noch andere Gründe: Im Gegensatz zu den kommerziellen Magazinen sind Zines unbezahlt und die HerausgeberInnen können von ihnen nicht leben. Professionalität hingegen sei kein Kriterium. Im großen und ganzen aber seien Einteilungen ob der Vielfalt unmöglich und in diesem Genre sogar unangebracht, da die Individualität zu ihrem Wesen gehört:

Beyond advertising a difference between zines and magazines is circulation – most fanzines print 2,000 or less. [...] The ‚labour of love‘ issue may be a further dividing line: zines are usually produced by unpaid labor. [...] So another definition of a zine involves the economics of production. With most fanzines, the editors don’t make a living from the zine. [...] Lastly, ‚professionalism‘ cannot be a standard because many small zines look very professional, with full color covers and web offset printing. [...] In

---

<sup>178</sup> Ebd. S. 193 f.

<sup>179</sup> Ebd. S. 196.

<sup>180</sup> Ebd.

<sup>181</sup> Kanaan. In: Vale, S.108.

many ways, given that zine publishing is so broad and the definitions and delineations so blurred, the whole labeling process is arbitrary and irrelevant.<sup>182</sup>

Was sind nun die Charakteristika von Kunstmagazinen und Kunstfanazines und lassen diese überhaupt eine Unterscheidung zu? Im folgenden referiere ich John Walker, der 1976 im *Studio International* eine Charakterisierung von Kunstmagazinen unternahm. Die LeserInnenschaft der spezialisierten Magazine – gebildete Schichten aus den städtischen Zentren Europas und Nordamerikas - sei laut Walker beschränkt. Inserate erscheinen in rivalisierenden Magazinen: „they all compete for the same restricted readership“.<sup>183</sup> Die Macht Kunst zu definieren und Kunstgeschichte zu bestimmen sei seit der Entstehung der Magazine gegenwärtig (1976) am größten. Ein bestimmendes Merkmal der Magazine sei ihre Periodizität, wodurch sie auch in öffentlichen und privaten Bibliotheken und Archiven gesammelt werden. Die Kunst in den Magazinen ist den Mechanismen des Aus- und Einschlusses sowie der Absenz und Präsenz unterworfen. Kunst, die in den Zeitschriften nicht aufgenommen und gesammelt werde, könnte – aus der Zukunftsperspektive – ja nie existiert haben. Kunstmagazine würden nach Walker zwei Ansprüche erheben: „1) We make art history; 2) We are history.“<sup>184</sup> Das heißt, wir produzieren und konstruieren nicht nur Geschichte, sondern sind auch Teil davon. Die Magazine würden Autorität durch das Wissen und die Expertise ihrer AutorInnen gewinnen: „in this way it establishes itself as a standard source of reference.“<sup>185</sup> In den Kunstzeitschriften sei das ganze Spektrum ideologischer Positionen von extrem rechts bis ganz links anzutreffen. Die große Menge an Kunstmagazinen - Walker nennt 1976 jedes Monat 200 Publikationen - würden die traditionelle künstlerische Praxis und damit auch unsere Wahrnehmung von Kunst herausfordern. Walker fragt sich:

How does the contemporary artist respond to the new situation? Many artists, in particular those whose mode of production is pre-capitalist (painting, sculpture), ‚cope‘ with the art information pool by ignoring it. Yet they are puzzled by the marginal status of their work, the indifference of the public, and embittered about what they regard as the deliberate neglect of their output by those with access to the pages of art magazines.<sup>186</sup>

Walker nennt drei Arten von Magazinen: das Magazin über Kunst, das Magazin als grafische Kunst und das Magazin als Anthologie oder Galerie. In der Praxis würden die meisten die verschiedenen Charakteristiken verbinden. Viele Künstler hätten die Vorteile von

---

<sup>182</sup> Ebd. S.108f.

<sup>183</sup> Walker, John A.: International Memorandum. In *Studio International. Journal of Modern Art*, September/October 1976, S.113.

<sup>184</sup> Ebd. S.114.

<sup>185</sup> Ebd. S.115.

Zeitschriften als Medium zur Verbreitung ihrer Arbeiten genützt. Außerdem hätte die Entwicklung photo-textueller Arbeiten neue Magazine, die sich selbst als Kunst präsentieren, hervorgebracht. Sie adressieren ein internationales Publikum, das nicht nur aus der Kunstwelt, sondern auch aus kunstfremden Feldern kommt. Walker nennt einige Charakteristiken solcher Publikationen (wie *Oz*, *Interview*, *Private Eye*, *Spare Rib*, *Audio Arts*), bei denen es sich offensichtlich um „Kunstfanzines“ handelt:

Collective ownership and decision-making.  
Pertinency and speed of response to events.  
A critical perspective allied to humour and satire.  
A sense of urgency and excitement.  
Variable formats and media (tapes, video, records).  
Works addressing the real day-to-day problems of the populace (*eg.* housing, sexism, racialism, alienation, exploitation, etc).<sup>187</sup>

Um Erfolg zu haben, d.h. ein breites Publikum zu erreichen und die Produktionskosten nieder zu halten, müßten sich diese, nach Walker, der Massenzirkulation von Magazinen anpassen. Und dies zu erreichen, ohne künstlerisch/politisch einen Kompromiß einzugehen, sei ein extrem problematisches Unterfangen. Der Grund dafür liege, diesen Zeitschriften zufolge, darin, daß die dominanten bildlichen/linguistischen Codes unserer Gesellschaft mit bourgeoiser Ideologie verbunden seien: „therefore the transformation of society which is desired also includes transformation of those very codes upon which communication with a non-specialist audience depends.“<sup>188</sup> Sprache soll also mit den Mitteln der Sprache verändert werden. Der Ausweg bestünde laut Walker wie folgt: „[...] by using codes in rotation to perform critiques on each other the ideological hegemony of all codes can be constantly challenged.“<sup>189</sup> Aufgabe des Künstler sei es, aus Politik Vergnügen zu machen und die Politik des Vergnügens zu untersuchen.<sup>190</sup>

Peter Fuller stellt einen weiteren wichtigen Aspekt zur Diskussion: die meisten Kunstmagazine seien spezielle Handlungspublikationen: „insofar as they can immediately affect the exchange-values of the works they discuss and illustrate.“<sup>191</sup> Sie fungieren als Spiegel, in denen sich die Kunstwelt und ihre Werte reflektieren. Händler inserieren KünstlerInnen, deren Arbeiten sie verkaufen, und bestimmen so in gewissem Ausmaß den Inhalt der Magazine. Sie richten sich hauptsächlich an jene, die kaufen, verkaufen, administrieren und weniger an Produzierende, deren Arbeiten diskutiert werden. Fuller meint folgendes: „They contain little

---

<sup>186</sup> Ebd. S.117.

<sup>187</sup> Ebd. S.118.

<sup>188</sup> Ebd.

<sup>189</sup> Ebd.

<sup>190</sup> Vgl. „A task for the artist is to make politics a pleasure and to examine the politics of pleasure.“ Ebd.

intended to be of interest to those who wish to see the works more clearly and to engage with their possible meanings.“<sup>192</sup>

Fassen wir die verschiedenen Charakteristika zusammen: Unterscheidungskriterien zwischen Kunstmagazinen und Kunstfanzines sind Auflage, die ehrenamtliche Arbeit an Zines, die regelmäßige Erscheinungsweise und das Archivieren von Magazinen. Außerdem funktionieren Kunstmagazine als Medium des Handels, richten sich an kunstinternes Publikum und müssen einen Kompromiß zwischen Auflage und Inhalt finden. Kunstzines sprechen auch ein kunstfremdes Publikum an und gehen meistens keinen Kompromiß künstlerisch/politisch ein. Kunstmagazine und Kunstfanzines unterscheiden sich jedoch nicht in folgenden Punkten: Professionalität, beschränkte und internationale LeserInnenschaft und in der Spannbreite von Ideologien.

Creischer, Ohrt und Siekmann vergleichen in ihrem Artikel „Glanz und Elend des Papiers. Kunstfanzines“ Kunstfanzines mit den repräsentativen Hochglanz-Kunstzeitschriften. Anfang der 90er Jahre tauchten neben den Kunstmagazinen wie dem *Kunstforum* in wichtigen Metropolen des deutschsprachigen Raums Kunstfanzines auf. Die AutorInnen meinen, daß sich diese einerseits an Punk-Fanzines orientierten, andererseits von kleineren Künstlereditionen inspiriert waren.<sup>193</sup> Den Kunstfanzines sei es für einige Jahre gelungen, „eine andere Form von Publizität zu demonstrieren.“<sup>194</sup> Creischer, Ohrt und Siekmann räumen ihnen in Form und Inhalt Autonomie ein:

Die Kunstfanzines nahmen formal wie inhaltlich eine autonome Position ein. Sie tauchten in dem relativ überschaubaren Feld der Auseinandersetzung um die Kunst als unbekannte Größe auf und verstanden es, diese Unbekannte in dem gesellschaftlichen Zusammenhang – also von den Künstlern bis zu den institutionalisierten Verwaltern ihrer Produkte – präsent zu halten, wobei sie ihren stärksten Rückhalt natürlich im jüngeren, unterrepräsentierten Teil dieses Segments der Gesellschaft fanden. Mit ihrer inhaltlichen Ausstattung mischten sie sich in jeden Bereich der öffentlichen Kunst-Diskussion ein und nutzten die dort aufgrund der vorsichtigen und bescheidenen Umgangsformen anzutreffenden Schwächen, insbesondere den eklatanten Widerspruch zwischen den Ansprüchen – der theoretischen, technokratischen oder performativen Prosa – und den Verwirklichungen: den Produkten und Ereignissen, dem was wirklich zu sehen ist, und wie oder wo es von wem gesehen wird.<sup>195</sup>

---

<sup>191</sup> Fuller, Peter: Clearing a space for criticism. In *Studio International. Journal of Modern Art*, September/October 1976, S.119.

<sup>192</sup> Ebd.

<sup>193</sup> Vgl. Creischer, Alice/Ohrt, Roberto/Siekmann, Andreas: Glanz und Elend des Papiers. Kunstfanzines. In: *Die Beute. Politik und Verbrechen*, 1/95, Nr 5, S. 116.

<sup>194</sup> Ebd.

<sup>195</sup> Ebd.

Sie nennen das Wiener *Artfan* und *Dank* aus Berlin, beide erstmals 1991 erschienen, als Beispiele für Kunstfanzines. Sie seien im Fanzinebereich die „innovativsten Blätter“<sup>196</sup> gewesen. Diese Fanzines wären eine Aktionsform und würden uns die Basis geben „auf der wir die Notwendigkeit und die Selbstverständlichkeit der etablierten Kunstzeitschriften in Frage stellen: regelmäßiges Erscheinen, Textmenge, Reproduktionsqualität, Disziplinierung und Geschlossenheit der Sprache, die Hierarchie der Wissenschaft, die Rollenzuweisungen für Künstler und Kritiker“.<sup>197</sup> In den selbstreferentiellen Systemen der Kunstzeitschriften seien die Leser die Produzenten und Ausstellenden selbst: „Wie tief diese Hierarchisierung greift, lässt sich daran ermessen, wie wenig populär, wie selten - im Vergleich zur Musikszene – die Kunstfanzines sind“.<sup>198</sup> Sie schreiben weiter:

Sich auf die eigenen Lebensbedingungen als Ausgangssituation beziehen, im Copyshop und Schnelldruck produzieren, den Blick nicht durch ein bemühtes Design verstellen, ohne kulturstiftende Autoritäten (oder Geldgeber) zu berücksichtigen, mit gefundenen Fotos, mit Polemik und Satire arbeiten, das ist offensichtlich nicht einfach, eine Parteilichkeit, zu der sich zu bekennen, schwerfällt. Die Fanzines dekonstruieren die Öffentlichkeit, die von den Kunstzeitschriften bedient wird. Während sich im Hochglanzbereich selbstreferentielle Systeme ausbilden, um gegen die fraktalisierte Öffentlichkeit eine haltbare und identitätsstiftende Kultur irgendwie zu retten, werden in den Fanzines die Trennungen zwischen den Instanzen des Urteils, der Wertfindung und der Auswahl, des Handels und des Denkens, des Organisierens und Sich-Organisierens aufgelöst.<sup>199</sup>

Die Kunstfanzines erschüttern demnach die „Selbstverständlichkeit des Hochglanzbereichs“<sup>200</sup>.

## 2.8) Die Riot Grrrl Bewegung: Grrrl Zines

Seit den frühen 90er Jahren ist eine bedeutende Anzahl an reinen Frauenbands oder Einzelkünstlerinnen in der Independent- und Underground-Rockszene festzustellen. Frauen- und Mädchenbands der Riot Grrrl Bewegung verbreiteten explizit feministische Anliegen. Was ist die Riot Grrrl Bewegung? Arthur definiert sie so: „a loosely defined grass-roots movement dedicated to feminist political action and challenging male punk hegemony.“<sup>201</sup> Frauen-Hardrock und -Hardcore Bands brachten ihre Wut gegenüber dem Rockgeschäft, der Gesellschaft oder der Geschlechterpolitik zum Ausdruck. Und sie taten das nicht nur in Form von Musik, sondern auch in Zines und anderen – politischen – Aktionen: „Riot Grrrls preach empowerment through forming bands and producing fanzines – it’s the old punk DIY ethos of

---

<sup>196</sup> Ebd. S. 118.

<sup>197</sup> Ebd. S. 117.

<sup>198</sup> Ebd. S. 121.

<sup>199</sup> Ebd. S. 121.

<sup>200</sup> Ebd. S. 116.

„anyone can do it“, but with a feminist twist (they’re rejecting masculine notions of expertise and mastery).“<sup>202</sup>

Woher kommt der Begriff „Grrrl“? Laurel Gilbert und Crystal Kile geben uns folgende Erklärung:

Das Wort **Grrrls** ist eine Kreation der Bikini Kill-Sängerin und Aktivistin Kathleen Hanna und stellt eine spontane jung-feministische Abänderung des Wortes ‚girl‘ dar. Ursprünglich leitet es sich wenigstens teilweise von einer Redewendung ab, die von jungen afro-amerikanischen Frauen in den späten achtziger Jahren popularisiert worden ist: ‚You go, *guuuuurlll!*‘ Es ist allgemein bekannt, daß das Wort ‚girl‘, wenn es nicht zur Beschreibung einer Frau unter sechzehn Jahren verwendet wird, schnell einen abschätzigen, verkindlichenden Unterton erhält, der Dummheit, Schwäche oder Substanzlosigkeit suggeriert. Grrrl bringt dagegen das Knurren zurück in unsere Miezekatzenkehlen. Grrrl zielt darauf, die ungezogenen, selbstsicheren und neugierigen Zehnjährigen in uns wieder aufzuwecken, die wir waren, bevor uns die Gesellschaft klar machte, daß es Zeit sei, nicht mehr laut zu sein und mit Jungs zu spielen, sondern sich darauf zu konzentrieren, ein ‚girl‘ zu werden, das heißt, eine anständige Lady, die die Jungs später mögen würden.<sup>203</sup>

Die Riot Grrrl Bewegung entstand in der alternativen Musikszene, genauer in Indie-Rock Gemeinschaften in Olympia, Washington und Washington D.C. Aus der Punkszene in Olympia entstanden zwei Bands: Bratmobile und Bikini Kill. Bikini Kill beschreiben in ihrem Manifest *Revolution Girl-Style Now* 1990 ihre eigene Form feministischer Revolution. Sie rufen Mädchen auf, Bands zu gründen, Fanzines herauszugeben und sich gegenseitig Instrumente spielen zu lernen. Bratmobile gründet nicht nur eine Radioshow, sondern auch ein Fanzine unter dem Namen *girl germs*.<sup>204</sup> Nach Gottlieb und Wald besteht ein großer Teil der „Revolution Girl-Style Now“ „aus dem Versuch, junge, vorwiegend weiße Mittelklasse-Mädchen zu ermuntern, sich gegen den kapitalistisch-patriarchalen Sexismus und Rassismus zu wehren, und zwar durch eine bestimmte Art der individuellen Überschreitung von impliziten oder expliziten Normen der ‚Damen- oder Mädchenhaftigkeit‘“.<sup>205</sup> Kathleen Hanna und Billy Karen erzählen von der Entstehung und Motiven der Bewegung folgendes:

Riot Grrrl entstand 1991 in Washington DC, als eine Gruppe von Frauen sich treffen und über Punkrock und Feminismus reden wollte. Sie wollten Kontakte aufbauen, sich gegenseitig Gitarre spielen beibringen, zusammen schreiben, einfach nur sich unterstützen beim Kunst- und Musikmachen und bei der politischen Organisation. Danach hörten viele Frauen und Mädchen anderswo in den USA davon. Sie bildeten eigene Gruppen und machten ähnliche Sachen.<sup>206</sup>

---

<sup>201</sup> Arthur, Nicole: rock women. In: Daly/Wice, S. 208f.

<sup>202</sup> Reynolds, Simon/Press, Joy: there’s a riot going on: grrrls against boy-rock. In: the sex revolts. gender, rebellion and rock’n’roll, London: Serpent’s Tail, 1995, S. 324.

<sup>203</sup> Gilbert, Laurel/Kile, Crystal: SurferGrrrls. In SpoKK, S. 221.

<sup>204</sup> Für diese Anregung danke ich Christiane Erharter.

<sup>205</sup> Gottlieb/Wald, S.183.

<sup>206</sup> Siedler, Stephan: Bikini Kill. Interview mit Kathleen Kanna und Billy Karen. In: Die Beute, Frankfurt/Main: ID-Archiv, Nr.10, 2/96, S. 106.

1991 fand in Olympia die „International Pop Underground Convention“ statt, wo für eine Woche mehr als fünfzig Bands von K-Records zusammengebracht wurden. Die „Girls-Nacht“, wo viel Frauen das erstmalig auftraten, wurde von Molly Newman und Allison Wolfe von Bratmobile organisiert. Inzwischen haben sich kleine Riot Grrrl-Netzwerke gebildet, in denen Festivals organisiert, Fanzines produziert oder Bands gegründet werden.<sup>207</sup> Lassen wir Kathleen Hanna und Billy Karen von Bikini Kill doch selbst zu Wort kommen:

Es geht darum, die Musikszene zu verändern und die Art, wie Leute Musik konsumieren. Die Leute sollen selbst auf Ideen kommen, statt sie von anderen zu erwarten. [...] Es ging auch darum, konkrete Aktionen zu machen, sich mit anderen Frauen zu organisieren; nicht eine individuelle Künstlerin zu sein. [...] Damals [Anm. 1992, E.Z.] waren viel weniger Frauen in der Musikszene aktiv und wir wollten eine solidarische Umgebung schaffen.<sup>208</sup>

Gegenseitige Unterstützung ist wesentliches Anliegen der Bewegung. Riot Grrrls versuchen „Frauengemeinschaften als einen Weg zu sehen, um alle Arten von Diskriminierung und Mißbrauch, mit dem die Macht von Frauen eingegrenzt wird, zu bekämpfen“.<sup>209</sup>

Die – zu Beginn relativ kleine - Gruppe verbreitete ihre Anliegen via Fanzines und Musik von Bands wie Bikini Kill, 7-Year Bitch, Tribe 8 oder Huggy Bear und fanden so in den USA Verbreitung. Grrrls setzen auf Mund-zu-Mund-Propaganda, über Freunde und Netzwerke, durch Fanzines, Mailing-Listen und Veranstaltungen. Rund um ihre Musik bilden Riot Grrrls Netzwerke und Communities, mit denen sie versuchen, aus den patriarchalen Grenzen des weiblichen Verhaltens durch ihr Auftreten auf der Straße, ihr Verhältnis zu ihrem eigenen Körper, zu Rockmusik und zu ihrer Lust auszubrechen.<sup>210</sup> Die Riot Grrrl Bewegung als Oberbegriff bringt nach Gottlieb und Wald „die Verbindung von Musik bzw. Subkultur und feministischer Politik auf den Punkt.“<sup>211</sup>

Zines spielen in der Riot Grrrl Bewegung eine ganz wesentliche Rolle. Fanzines von und für Frauenhardcore-Musikerinnen und Fans werden „Girlcore-Zines“ genannt. In den Zines stehen nach Reynolds und Press folgendes Punkte zur Diskussion: „In rough-and-ready xeroxed ‘zines with titles like *Girl Germs* and *Malefice*, Riot Grrrls discuss their feelings of alienation from a boy-dominated hardcore punk scene in which they’re marginalised; they decry the media’s promotion of unattainable ideals of perfect femininity; they write moving

---

<sup>207</sup> Vgl. Gottlieb/Wald, S. 180.

<sup>208</sup> Siedler. In: Die Beute, S. 106.

<sup>209</sup> Gottlieb/Wald, S. 180.

<sup>210</sup> Vgl. Gottlieb, Joanne/Wald, Gayle: Smells Like Teen Spirit. Riot Grrrls, Revolution und Frauen im Independent Rock. In: Eichorn, Cornelia/Grimm, Sabine (Hg.): Gender Killer. Texte zu Feminismus und Politik, Berlin: ID-Archiv 1994, S. 170.

<sup>211</sup> Ebd.

confessional accounts of their experiences of harassment and sexual abuse.“<sup>212</sup> Im Zentrum der Girlcore-Zines stehen persönliche Aktivitäten und Geschichten:

Besonders die kleine Girlcore-Fanzine-Kultur, die um das Riot Grrrl-Movement entstanden ist, erlaubt es den Frauen, aktiv am Erhalt und der permanenten (Neu-) Definition dieser Form von Subkultur mitzuwirken. Wichtig in den Fanzines ist dabei vor allem die öffentliche Aussprache, die als Möglichkeit verstanden wird, private Geschichten und Geheimnisse zu erzählen, die von der dominanten Kultur unterdrückt und verboten werden.<sup>213</sup>

Ihre Themen sind häufig Vergewaltigung und Inzest, Coming Out von Lesben oder etwa Eßstörungen. Solche Erzählungen würden nach Gottlieb und Wald oft als „Grundlage von politischen Aktivitäten“ und als „Rückversicherung, daß Frauen im Bereich der Politik einen legitimen Platz haben“<sup>214</sup> dienen. Fanzines hätten jedoch auch eine journalistische Funktion, indem sie Plattenkritiken, Daten von Konzertveranstaltungen, Interviews, Neuigkeiten, Rezensionen und Adressen anderer Bands, Informationen über Riot Grrrl-Aktivitäten oder allgemeine Stellungnahmen zu gesellschaftspolitischen Themen bringen. Die Zines „bieten ein Forum außerhalb von Musik (wenn auch nicht getrennt von ihr), in dem Frauen in der Riot Grrrl-Subkultur sich selbst benennen, selbst definieren und gegenseitig kritisieren können – mit anderen Worten: indem sie die Formen und Repräsentationen dieser Subkultur kommentieren und mitbestimmen können.“<sup>215</sup>

Die Zines verbinden die Bands und Hörerinnen zu einem Netzwerk:

Bringing together the radical critique of patriarchy and desire for female community of past feminist movements, and the in-your-face, rebellious individualism of punk rock, Riot Grrrl was a network of young women linked by zines and bands...and their anger [...]<sup>216</sup>

Bei Konzerten ermunterten die Bands das Publikum Zines zu verkaufen und zu erstehen. Gottlieb und Wald weisen in ihrem Artikel „Smells Like Teen Spirit. Riot Grrrls, Revolution und Frauen im Independent Rock“ darauf hin, daß Rock und vor allem Punk „durch die Herausbildung einer kraftvollen Kombination von Sex und Wut einen geeigneten Raum für feministische Vereinnahmungen und für eine Politisierung des Zusammenhangs von Sexualität und weiblicher Identität“<sup>217</sup> öffnen. Sie schreiben weiter:

Insbesondere die Subkultur der Riot Grrrls geht über die reine Produktion und Konsumierung von Musik oder den mit dieser Art von Lebensstil verbundenen

---

<sup>212</sup> Reynolds/Press, S. 323.

<sup>213</sup> Gottlieb/Wald, S. 182.

<sup>214</sup> Ebd.

<sup>215</sup> Ebd.

<sup>216</sup> Duncombe, S. 66.

<sup>217</sup> Gottlieb/Wald, S. 170.



Lustgewinn hinaus. Sie wird durch die Fanzines zur politischen Strategie und zum ständigen Versuch einer Selbstdefinition.<sup>218</sup>

Amerikanische und britische Grrrl-Zines bestanden aus verzerrten Bildern von Modemagazinen, Comics und Werbeplakaten. Darin schlossen sie an situationistische und dadaistische Techniken an:

In this respect the zines employed the situationist techniques which Jamie Reid utilised as part of the punk movement, taking texts from mass culture and endowing them with new and subversive meaning. They also borrowed the Dadaist project of communication through a collage of cut-up words and images.<sup>219</sup>

Die Herausgeberinnen von Zines waren sich der Entwicklung der Kunstgeschichte bewußt und nahmen Bezug darauf. Der Inhalt vieler Zines ist nicht nur dem Dadaismus verpflichtet, sondern auch Praktiken (z.B. *détournement*) der Situationisten. Verschiedene Kunstrichtungen haben somit „Zinesters“ aller Sparten in deren „Output“ und Form öffentlicher Statements beeinflußt.

### 3) Analyse verschiedener Zines und Magazine

Ich habe das Artcore-Zine bzw. Kunstmagazin *Neid*, das Magazin *regina* und die Comic-Zines von Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker zur Analyse herangezogen. *Neid*, *regina* und *heikes läspencomics* stammen aus Deutschland, die Comic-Zines von Linda Bilda und Ilse Kilic aus Österreich. Da *Neid* am meisten Ausgaben und daher Material für die Analyse bietet, ist es am Ausführlichsten behandelt. *regina* wird ebenfalls einer breiten Analyse unterzogen. Meine Methode beruht auf der Ausarbeitung eines Fragebogens, den ich den fünf Produzentinnen per Email (Regina Möller und Ilse Kilic), Fax (Linda Bilda, Heike Anacker) oder im Gespräch (Ina Wudte) vorlegte. Zentrale Fragestellungen basieren auf Biografischem, Inhaltlichem, Motivation, Hintergrund und Kontext, solche sind u.a.:

- Wer ist/sind die Herausgeberin/nen?
- Warum und mit welchem Ziel wird das Zine/Magazin herausgegeben?
- Welches Zielpublikum hat das Zine/Magazin?
- Welche Finanzierungsmodelle werden hier im Sinne alternativer Ökonomien angewandt?
- Welche Ausrichtung in Bezug auf feministische Theorie und künstlerische Praxis hat das Zine/Magazin?
- Welche Rolle spielt das Internet?

Die Interviews und der Fragebogen sind im Anhang beigelegt.

---

<sup>218</sup> Ebd.

<sup>219</sup> Leonard, Marion: ‚Rebel Girl, you are the queen of my world‘. Feminism, ‚subculture‘ and grrrl power. In: Whiteley, Sheila: *Sexing the Groovem Popular Music and gender*, London/New York: Routledge 1997, S. 236.

### 3.1) *Neid*: Ein Artcore-Zine und Kunstmagazin

#### 3.1.1) Einführung: „To do a magazine is one of our ways – to get what we want!“<sup>220</sup>

„NEID – Das einzige Magazin, wo Männer wirklich unterdrückt werden“<sup>221</sup> wurde 1992 von Ina Wudtke, Claudia Reinhardt und Heiko Wichmann an der Hochschule der bildenden Künste in Hamburg gegründet. Dieses Magazin stammt aus dem Musik- und Kunstkontext einer subkulturellen Szene, in dem vor allem „Themen und Fragestellungen des modernen Lebens aus den verschiedensten Perspektiven“<sup>222</sup> erörtert werden. Entstanden zur Wiedergutmachung jener Last, die Sigmund Freud mit seiner Penisneid-Theorie auf die weibliche Identität gelegt hat, versteht sich *Neid* als „payback“ zu all dem, was Freud über Frauen unter dem Deckmantel der Psychoanalyse geschrieben hat. Zum übergeordneten Thema Geschlechtsidentität sind bisher sieben Ausgaben erschienen. Für die GründerInnen Ina Wudtke, Claudia Reinhardt und Heiko Wichmann ist *Neid* viel mehr als nur ein Kunstmagazin, es ist ein Kunstprojekt mit Performances, Events, Lesungen, Parties und Ausstellungen. Zuletzt war eine „NEID Show“, kuratiert von Claudia Reinhardt, mit dem Schwerpunkt „weibliche Selbstinszenierung“ im Künstlerhaus Bethanien, Berlin zu sehen (Eröffnung 24. Okt. 1998). Die „NEID VIDEO SHOW“ wurde u.a. vom 29.8.1998 bis zum 3.1.1999 auf der ‚Berlin, Berlin‘ Biennale (Plattform) gezeigt. *Neid* präsentiert sich also nicht nur im Museum und in Galerien, sondern auch im Theater, Kino, Clubs, Kellern und Plattenläden. *Neid* „übersetzt und vermittelt so von Underground zu etabliertem Kunst- und Kulturgesehen“<sup>223</sup>.

Die ersten drei Hefte wurden von Ina Wudtke und Claudia Reinhardt gemeinsam veröffentlicht. Ab dem vierten übernahm Ina Wudtke die alleinige Herausgabe. Mit der 5. Ausgabe 1996 übersiedelte sie von Hamburg nach Berlin. Seit 1995 wird *Neid* auch im Internet von Heiko Wichmann unter [HTTP://WWW.THING.DE/NEID](http://www.thing.de/neid) präsentiert. In einem Archiv sind alle Ausgaben, Aktionen und Informationen zu aktuellen Veranstaltungen zugänglich.

Themenschwerpunkt des Magazins ist vor allem die Auseinandersetzung mit (weiblicher) Identität: sexueller, nationaler, künstlerischer und vielen anderen Identitäten.

NEID setzt die Authentizitätsbegriffe ganz unterschiedlicher Bereiche nebeneinander. Dies stellt jeden einzelnen Authentizitätsanspruch in Frage und führt festgefahrene Werte in die Grenzbereiche der Kunst, in der sich Authentizität auflösen, verschieben und umgruppieren kann.<sup>224</sup>

---

<sup>220</sup> NEID #4, Editorial, S.5.

<sup>221</sup> NEID #2, Editorial.

<sup>222</sup> *Neid*, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

<sup>223</sup> Informationsblatt, Jan. 1999.

<sup>224</sup> Ebd.

Ein Anliegen ist es, Musik (v.a. Hip Hop), feministische Theorien, sowie künstlerische und literarische Arbeiten so zu präsentieren, daß es zu einer Fusion von Musik, Text und Bild kommt und kommen kann. So zieht sich das Spiel mit Geschlechtsidentität, Sexualität und Körperbildern durch alle Hefte. *Neid* schreiben in ihrer Webpage-Einführung:

Das ‚Neid‘-Magazin wird von Ina Wudtke herausgegeben/organisiert, mit dem Anspruch ein sozio-poetisches Statement aus Zeichnung, Fotografie, Bildern und Texten zu gleichwertigen Teilen zu sein. Images und Attitüden sollen nicht nur in Texten reflektiert, sondern auch verstärkt werden in einem Spiel mit Bildern und Wunschprojektionen. Dieses Prinzip ist angelehnt an die Verfahrensweise von kommerziellen Frauen- und Szenezeitschriften, die das Potential der Bildrezeption nach unseren Vorstellungen zu einseitig erkennen und ausüben.<sup>225</sup>

Insgesamt ist *Neid* in Konzeption, Gesamtheit und durch die Beitragenden aus Ina Wudtkes „community“ eng an ihre Person geknüpft, ihres Zeichens nunmehr alleinige Herausgeberin. Wie *Neid* setzt Ina Wudtke auf „everything with everything“. Ursprünglich Absolventin in Fotografie der Hochschule für Bildende Künste Hamburg, beteiligt sie sich auch an zahlreichen Ausstellungen und etablierte sich als DJ T-Ina<sup>226</sup>. 1991-92 war sie Redaktionsmitglied des Artfanzines *Dank* der HdbK Hamburg, bevor sie *Neid* mitbegründete. Ihre Identitäten als DJ T-Ina, *Neid Magazina* und Ina Wudtke entwickeln sich aus der Beschäftigung: Selbst in *Neid Magazina* ist ihr Name „Ina“ enthalten. Ina Wudtkes Interessen färben *Neid*, so beschäftigen sich viele Artikel und Interviews mit Hip Hop und DJ'ing. Die Fotoarbeiten stammen überwiegend von Ina Wudtke und Claudia Reinhardt, beide Fotografinnen, und sind meistens Selbstinszenierungen.

*Neid* könnte aufgrund verschiedener Merkmale auch als „Artcorefanzine“ oder „Artzine“ (s. o. Definition von Jens Neumann) bezeichnet werden. Viele der Artikel sind von internationalen Beitragenden in englischer Sprache, in Eigenwilligkeit und Eigenständigkeit der oft politischen Beiträge, stark mit visueller Präsentation untermauert, verfaßt. *Neid* selbst spricht von „unser(em) fem-lit-politischen Artzine(s)“<sup>227</sup>; „Heft“<sup>228</sup>, „Sub-Art-Zine“<sup>229</sup>, „fem/art/core/zine“<sup>230</sup> und vor allem vom „‘Neid‘-Magazin“<sup>231</sup>. Seit der letzten Ausgabe integrierte die Herausgeberin ihren Namen in das Wort „Magazin“: Sie unterschrieb das

<sup>225</sup> *Neid*, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

<sup>226</sup> 1994: *Claudine*, Single mit Janek Siegele, Playgroundstudio Berlin, Radiosendungen (Tapes): *Urban Sound Clash*, Radio Loretta Hamburg, Programm auf DJing, NDR4; *Ich hab ins Paradies gesehen, doch das Glück ist anderswo*, *Neid* Video.

1995: *T-Ina in China*, *Drumcomputer*, *DJing*, *Mikrophone* et. al., Audiotapes, *Just another day*, Video Clip auf T-Ina, das Karviertel und Hip Hop, Kamera: Mario Gordon, Fernando Figoli; *The Jam*, zeigt *Neid* Nr. 4, Dokument und Performance der Show in Hamburg, Kamera: Eyescratch, N.Y.

<sup>227</sup> *Neid*, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

<sup>228</sup> Ebd.

<sup>229</sup> Einladung zur ‚Pre-Release-Party‘, NEID #4, Berlin 1995.

<sup>230</sup> Plakat für ‚Release Party‘ #3, Berlin 1994.

Editorial von #7 mit „dj t-ina, Ina Wudtke and the NEID magazina“<sup>232</sup>. Entscheidend für Ina Wudtke war einerseits der Reim und andererseits die „Verarschung von einer weiblichen Form“.<sup>233</sup> Ina Wudtke meinte im Gespräch mit mir, sie lehne es ab, „Fanzine“ genannt zu werden, und dies aus folgenden Gründen:

Ich hab das nie gemocht, wenn man uns Fanzine genannt hat, weil wir im Gegensatz z.B. zu den kopierten Heften von Anfang an, auch bei unserer ersten Nummer, darauf Wert gelegt haben, daß wir Farbe, was farbiges hatten, daß wir eine Form von Layout uns bewußt machen, daß die äußere Erscheinung, wenn sie auch nicht in einem klassischen Sinne professionell zu sehen ist, was uns wieder nicht interessiert hat, doch für uns sehr wichtig war. Wir sind nicht diese Künstler, die halt so cheap-art, so billige Art, oder copy-art gemacht hätten. Wir hätten am Liebsten alles in Farbe gehabt. Beim Layout war es immer so, daß wir uns dazu entschieden haben, daß jeder Beitrag von einer Künstlerin oder Künstler, seine eigene Form finden müßte. Es ist uns nicht gelungen weg von der Illustration zu kommen, was wir eigentlich wollten, unser Ideal war halt, daß Grafiker und Fotograf und Textschreiber wirklich gleichberechtigte Kunstwerke [beisteuern], das geht natürlich aus Zeit und Geldgründen nicht immer, aber auf jeden Fall ist das so unser Wunsch von der Herangehensweise.

*Würdest du es als Art-Zine bezeichnen?*

Ich sage immer so: Kunstmagazin für ein Publikum von jüngeren Leuten, die an Popkultur interessiert sind. Weil Popkultur schon immer Musik, Vision und Wort mit eingeschlossen hat.

*Du würdest dich von den Zines also abgrenzen? Von dieser Kopier-DIY-Philosophie?*

Ja, gerne, genau. Ich finde nämlich auch DIY ist nicht für alles die beste Möglichkeit. Claudias Fotos z.B sind einfach ein eigenständiger Inhalt in diesem Heft, das ist nicht eine Illustration von einem Artikel, das ist eine eigene Arbeit. Ich finde es manchmal störend [...] diese Bleiwüsten. Das fand ich oft traurig, daß die Interessen so gespalten sind, also daß sich die Leute entweder für Zeichnung und Comics und sowas interessieren oder eben für Texte, aber daß es wenig Fusionen gab in dem Bereich. Ich glaube unsere Stärke liegt auch eher im Bild. Aber wir bemühen uns das zusammenzurücken, gleichberechtigt. [...]

*Siehst du dich als Teil der Subkultur? Bewegst du dich in einer Zine-Gemeinschaft?*

Ich sehe es eher als künstlerische Arbeit in der Gesellschaft. Und Fanzine kommt ja ursprünglich von dem Begriff, Fan einer Band zu sein. Darum geht es mir überhaupt nicht. Ich glaube bei uns gibt es nicht so wie damals – ich hab bei so Hip Hop Fanzines mitgearbeitet früher – und da gibt es ja wirklich eine Sache, wie folk music, was alle Leute, ohne daß sie sich kennen, verbindet. Und ich glaube das fehlt ein bißchen bei *Neid*.<sup>234</sup>

*Neid* stellt also einen Grenzfall zwischen Artcore-Zine und Kunstmagazin dar.

Zum einen wird *Neid* von der Presse durch Begriffe wie „Artfanzine“<sup>235</sup>, „Artzine“<sup>236</sup>, „Sub-Art-Zine“<sup>237</sup> und „Kunstmagazin“<sup>238</sup> in den Kunstkontext gerückt. Zum anderen stellen

---

<sup>231</sup> *Neid*, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

<sup>232</sup> *Neid* #7, Okt. 1998, Editorial, S.3.

<sup>233</sup> vgl. Zobl, Elke: Interview, Wien, 7.2.1999.

<sup>234</sup> Zobl, Interview.

<sup>235</sup> *Tip*, 18/95, S.188f. Flyer, Nr. 20, 1995. Guide, Berlin, Heft 64: 21.8.-3.9.1995, *Tip* des Tages.

<sup>236</sup> *Szene Hamburg*, 1/94, S 80f.

<sup>237</sup> *Tip*, 18/95, Tagestip zum 26.8.1995.

folgende Bezeichnungen den Bezug zu Zines mit feministischen/frauenspezifischen Inhalten her: „Feminismuszine“<sup>239</sup>, „Frauen-Kunst-Zeitschrift“<sup>240</sup>, „Hamburger Kunst-Femzine“<sup>241</sup>, „HH-Hochschul Femzine“<sup>242</sup>, „Hamburger Frauenzeitschrift“<sup>243</sup>, „Hamburger Frauen-Ironie-Blatt“<sup>244</sup>. Überwiegend wird der Begriff „Zine“ gewählt, während „Magazin“ oder „Zeitschrift“ als Bezeichnung weniger häufig auftritt. Schlägt man das Magazin auf, so ist der/die Lesende mit einer eigenartigen Mischung aus Bild und Text konfrontiert. Viele unzusammenhängende, teilweise sich widersprechende Beiträge und die ungewöhnliche Darstellungsweise verlangen dem/der Lesenden, der/die sich nicht in einem ähnlichen subkulturellen Umfeld bewegt, viel ab. Selbst *Neid* stellt fest, daß das Durchsehen von *Neid* „(e)in genaues Hinschauen und eine Anstrengung bedeutet.“<sup>245</sup> Ina Wudtke ist sich im klaren, daß auf den ersten Blick der Kontext des Heftes schwer zu ermitteln ist, vor allem weil kein Thema oder ähnliches vorgegeben ist:

Ich glaube es ist nicht so, daß wir etwas featuren was so...ich denk mir, wenn man das aufschlägt, denkt man sich: ‚was ist das denn‘ oder so, das erste, anstatt das man denkt ‚hey, geil, wow skinny puppies‘. Es ist halt kein Produkt, was es schon gibt, was wir mit promoten, es ist vielleicht eher so eine Forschungsarbeit.[...] <sup>246</sup>

Sicherlich trägt diese erste Befremdung dazu bei, daß sich die Pressestimmen in zwei Lager teilen. Die Kritik reicht von „mühsam“<sup>247</sup> und „Kunsthochschulenpartyfeminismus“<sup>248</sup> über „Schlingern zwischen Sinn, trash und Oberflächlichkeit“<sup>249</sup> zu „Deutschlands schnoddrigstes Artfanzine aus Hamburgs Öhlmühle“<sup>250</sup>. Positive Stimmen heben folgendes hervor:

Bei *Neid* geht es nicht um eine übliche Sorte Journalismus, sondern darum, die mit News aus Übersee, erotischen Ambitionen, flackernd freudigem Interesse für Video DJs, Penis-Häckelmaschinen und Literatur-Coverversionen gestopfte Welt in einem handlichen, schön gezogenen Schwung markant zumachen. [...] *Neid* ist die Zeitschrift, die sich auf die Suche nach den Inhalten macht. [...] Zeitungshoffnung.<sup>251</sup>

NEID ist wie Chemie: Ideen gehen zusammen, verdichten sich, zerplatzen und heraus kommen Outputs in fester Form. [...] NEID ist durchlässig, der Inhalt schon mal widersprüchlich. [...] Zum Erscheinen eines Heftes verknüpfen sich auf einer Party die

---

<sup>238</sup> 030, Berlin, 16.11.1994, Tagestip.

<sup>239</sup> Spex, Feb. 1993.

<sup>240</sup> Szene Hamburg, März 1993.

<sup>241</sup> Die Beute, 2/94.

<sup>242</sup> Terz Kultur, Düsseldorf, Juni 1994.

<sup>243</sup> Konkret, 10/94, S. 56-58.

<sup>244</sup> Rainald Goetz, Rave. Erzählung, Frankfurt/M: Suhrkamp, 1998, S. 56-57.

<sup>245</sup> *Neid*, #3, Editorial, S. 4f

<sup>246</sup> Zobl, Interview.

<sup>247</sup> Die Beute, 2/94.

<sup>248</sup> Ebd.

<sup>249</sup> Terz Kultur, Düsseldorf, Juni 1994.

<sup>250</sup> Guide, Berlin, Heft 64: 21.8.-3.9.1995, Tip des Tages.

<sup>251</sup> TAZ Hamburg, 19.10.1995, S. 23.

Stränge live: Bilder, Sprache, Musik und Sound verschmelzen zu einem genialen Gesamthappening, das die üblichen Grenzen der jeweiligen Medien locker überschreitet.<sup>252</sup>

Der Schreibstil von *Neid* stößt aber auch auf Unverständnis. Dazu folgendes Beispiel: Im Editorial der #2 klären *Neid* ihre Position zum Thema. Sie wenden sich gegen den herkömmlichen Kunstbetrieb hin zu einem offenem Kunstbegriff und Lebensstil:

Zwischen den Forderungen Legalize it und dem Drang nach illegalen Lebensformen bewegt man sich im Alltag, auf den Straßen, den Kneipen, Discos, Seminaren, Wohnungen, Verbindungsgängen etc. immer gibt es zufällige Begegnungen, etwas wiedersehen, neu überdenken, beginnen oder aufgeben, erweitern oder erwidern. Das Bild ist medial aufgesplittert, es gibt immer das Werden der Kräfte unterhalb des imaginären Niveaus. Verschiedene Levels semio-materieller Artikulation. [...] Uns ist jedenfalls egal was getratscht wird, solange damit nur die bekannten Fronten oder neue Märkte aufgebaut werden sollen. Wir kennen keine Fronten, auch wenn uns vieles nervt und ankotzt. [...] Die Kunstszene ist ja bekannt dafür, vor sich hin zu dödeln, um heiße Luft zu verkaufen. Ohne sich woanders umzugucken, verblödet man in den ach so bekannten Zirkeln und Kreisen. Der Sturm im Wasserglas. Wir lieben immer mehr Leute, die etwas machen, involviert sind, Projekte verfolgen, Tourneen veranstalten, rumhängen, verrückt sind (auf etwas) – aber nicht ambitioniert, onanistisch, selbstbezogen, schlaffe In-People. ‚Time marches on‘ (Aly-Us) Fummel- und Krakel-Ästhetik geht ebenfalls nicht mehr; außer in den Cheap Art Stores, wo Kreativität und Machen fröhliche Umstände feiern. Leben nach dem Trash: beziehungsreich und unüberschaubar. Merkwürdig ist immer noch die Aufmerksamkeit, die der Millimeter-Positionierung (Hängung gegebenenfalls) bei den schrammeligsten Arbeiten gewidmet wird. Penibilität und Uhrwerkermechaniker-Euphorie. Das ist und zu blöde, obwohl wir gerade dabei sind, das Ennui, Abhängen, die Leichtigkeit und auch die Dummheit neu zu erlernen [...].<sup>253</sup>

Diese Schreibweise und die Inhalte von *Neid* stießen bei einem Teil der Presse auf Unverständnis. Die folgende Kritik erläutert dies:

Ein Freund erzählte mir, er habe im Zug bei seiner Lektüre der neuen Ausgabe des Hamburger Kunst-Femzines *Neid* anerkennende und begehrlische Blicke mitfahrender Männer bemerkt. Von weitem sieht das Titelblatt ein bißchen aus wie das Cover von Jimi Hendrix' *Electric Ladyland* (nackte Frauen). Schaut man näher hin, sieht man Frauen mit Plastikpos und –brüsten. Netter Witz. Innendrin wird es mühsam: Neben der unvermeidlichen Judith Butler, diesmal in Form eines Seminarmitschnitts („Zeitweise reduziere ich mich, um eine politische Aussage zu machen“), findet sich eine euphorische, aber leider nur Eingeweihten zugängliche Rezension von Donna Haraways *Simians, Cyborgs and Women*, verschiedene Erfahrungsberichte und ein naiv-anklagender Schulmädchenaufsatz zum Paragr. 218 („Es geht nur um den Schutz vor Tötung, nicht um den Schutz vor einem Leben als unerwünschtes Kind“). Hauptthema von *Neid*: Sex; Hauptfeind: das heterosexuelle Zwangsregime; Lieblingsworte: Konstruktion, semio-materielle Artikulation, Identität; Zauberwort: queer. Die Bilder sind besser als die Texte. Erkenntniseffekte beschränken sich auf Einsichten wie

---

<sup>252</sup> Prinz, Berlin, Okt. 1997, S. 108-109.

<sup>253</sup> *Neid* #2, Editorial.

„Madonna soll den Heterozwang bestätigen, wenn sie sagt, ich bin ein schwuler Mann in einem weibliche Körper.“ Kunsthochschulenpartyfeminismus.<sup>254</sup>

Kritiken wie diese können an *Neid* nichts gewinnen, während andere, wie erwähnt, begeistert sind. Ein Mittel dazwischen gibt es anscheinend nicht.

An der Zeitschrift arbeiten ständig nur die GründungsmitgliederInnen Ina Wudtke, Claudia Reinhardt und Heiko Wichmann. Die meisten anderen Beitragenden wechseln von Heft zu Heft. Nur wenige gehören zum harten Kern der *Neid*-Posse, so wie z.B Hans-Christian Dany oder Barbara Jung. Vor allem mit der #5, #6 und der #7 kamen viele neue, von Heft zu Heft wechselnde, Beitragende hinzu. Das sich „ständig verändernde Kollektiv“, wie es *Neid* gerne bezeichnet, besteht aus internationalen KünstlerInnen, AutorInnen, MusikerInnen, FotografInnen, PerformerInnen u.a.. Literarische Texte und Gedichte werden z.B. von Lori Shy, Alexandra Philipp, Erik Schmidt und Heiko Wichmann beigetragen. Unter den Künstlerinnen seien hier KCP, Anette Wehrmann, coco, Barbara Jung, Queen of Humbuk, Inga Svala Thorsdottir, Nicole Wermers, Claudia Reinhardt und Bee genannt. Künstler wie Nalla, Mode 2, Art Jones und Eyescratch tragen ebenfalls zum Heft bei. Donemite, Reality, Dubi Dub, T-Ina und Nurse als DJs schreiben über Musik und Musikkultur. Texte und Fotos zu Style/Fashion kommen von Daniel Kämmer, Kai Dünnhölter, KCP, Franziska Schrieder, Peter Fröhner und der BOX hair crew. Diese Beiträge stehen neben medienreflektierenden, theoretischen Debatten von Claudia Reinhardt, Heiko Wichmann, Jochen Bonz und Hans-Christian Dany. Das einzige Honorar, das *Neid* bieten kann, ist die Nennung der Namen im Inhaltsverzeichnis.

Grund für die Wahl des Titels war die Beschäftigung mit Sigmund Freud und seiner „Penisneid“-Theorie:

Claudia Reinhardt und ich, und auch teilweise Heiko Wichmann hatten zusammen ein Seminar an der Hochschule besucht bei Länger, der über Lacan und französische Sprachphilosophie referiert hat und da haben wir die Freudkritik und eben auch Freud gelesen. Und da ging es unter anderem um den Penisneid und wir fanden, daß es eigentlich sehr lächerlich war, was Freud geschrieben hat und haben uns eigentlich gewundert, was für einen wahnsinnigen Stellenwert dieser Mann hat. Wenn man den dann so liest, ist es unglaublich wie da auch über Frauen geschrieben wird und daß das dann Wissenschaft sein soll. Dann dachten wir einfach, das muß man sich zurückholen. Die Zeitschrift *Neid* ist eine Art pay-back, eine Wiedergutmachung von Freud.<sup>255</sup>

Gründe für die Herausgabe der Zeitschrift gibt es viele: Austausch, Ansprechen einer Öffentlichkeit, Verbesserung, Kontaktaufnahme:

---

<sup>254</sup> Die Beute, 2/94.

<sup>255</sup> Zobl, Interview.

Das hat sich in den sieben Jahren, wo ich die Zeitung mit anderen Leuten mache, natürlich auch verändert. Am Anfang war das auch aus einer Freundschaft mit Claudia Reinhardt und Heiko Wichmann, es war einfach eine gute Art sich auszutauschen. Irgendwann haben wir gemerkt, [...] man kann tatsächlich damit eine Öffentlichkeit erreichen [...]. Heutzutage ist es eine Mischung aus mehreren Sachen, einerseits ist das Medium für mich eines geworden, in dem ich mich auskenne, was ich dann auch verbessern will, wo man dann den Anspruch hat, das würde ich jetzt gerne nochmal machen, aber besser. Manchmal sind es Leute, die ich kennenlerne, deren Arbeit ich total toll finde, wo ich dann Lust habe, die Leute kennenzulernen, und dadurch Kontakt aufnehme und auch irgendwie ein Stück von deren Arbeit bekomme oder ihnen meine gebe, so ein persönlicher Austausch ist, der jetzt was anderes ist, als wenn ich das Magazin nur lese. Dann ist es auch, eine Promotion für die eigenen Arbeit, weil wenn man nur in anderer Leute Ausstellung teilnimmt, dann ist immer der Daumendruck vom Kurator oder der Kuratorin so stark drauf, daß mir es immer wichtig ist, die Präsentation meiner Arbeit, was ja was anderes ist. Also wenn ich ein Foto mache, das ich an die Wand hänge ist es ja was anderes als wenn ich es in die Zeitung tue. Zumindest kann ich bei der Zeitung kontrollieren wie ich es mache, auch wenn ich es auch vielleicht nicht so gut mache. Das ist wichtig für mein Selbstwertgefühl, daß ich die Rezeption meiner Arbeit kontrollieren kann.

*Du meinst, daß du den Kontext wählen kannst?*

Kontext ist für mich ein wichtiges Wort. [...] Daß es für mich fast 50% genauso wichtig ist, wie präsentiere ich oder in welchem Kontext ist meine Arbeit wie die Arbeit. Weil ich das so oft erlebt habe, daß es etwas völlig anderes wird, wenn es woanders steht.

*Hast du auch einen politischen Anspruch darauf?*

Ich glaube, da bin ich ein bißchen altmodisch. Es gab ja mal in den 70ern oder so, viele Frauen, die gesagt haben, das private Leben wäre politisch. Ich glaube, so sehe ich das ein bißchen, weil so für die große Politik habe ich aufgehört mich nachher wirklich zu interessieren. Ich mach das eher im Kleinen. In dem Bereich, wo ich das Gefühl habe, auch wirklich was zumachen. Ob es jetzt wirklich politisch ist, bin ich mir nicht immer so sicher. Ich glaube letztendlich dann nicht.<sup>256</sup>

Die Herausgeberin will keine Themen vorgeben. In persönlichen Treffen werden Schwerpunkte entwickelt oder es besteht besonderes Interesse an einem speziellen Thema. Sie gibt manchmal eingesandte Beiträge an andere weiter, woraus sich dann wieder etwas entwickelt. *Neid* wird vor allem durch persönlichen Kontakt, Anzeigen und Kulturfonds finanziert. Anzeigen sind aber auch problematisch:

Einmal ist es uns ja durch einen Kontakt gelungen, eine West Anzeige [Anm. Zigarettenmarke, E. Z.] zu bekommen. Wir haben eine Debatte darüber gehabt, ob man das will oder nicht will, aber ich denk halt, wenn man so was kriegen kann und keine Auflagen kriegt, was man machen muß. Ich fand es super, es hat einfach viel geholfen.<sup>257</sup>

Ina Wudtke hat kein Büro zur Verfügung, sondern arbeitet zu Hause.

---

<sup>256</sup> Zobl, Interview.

<sup>257</sup> Ebd.



### 3.1.2) Analyse

	1/März 93	2/April 94 <sup>258</sup>	3/Sept. 94	4/Nov. 95	5/Okt. 96	6/Okt. 97	7/Okt 98
<b>Seiten</b>	64	61	75	114	112	132	132
<b>Format</b>	A4	A4	A4	A4	A4	18x25 cm	18x25 cm
<b>Herausgeberin/-nen</b>	Ina Wudtke, Claudia Reinhard	Ina Wudtke, Claudia Reinhard	Ina Wudtke, Claudia Reinhard	Ina Wudtke	Ina Wudtke	Ina Wudtke	Ina Wudtke
<b>Preis</b>	5 DM	?	7 DM	10 DM	15 DM	15 DM	15 DM
<b>Beilagen</b>	-	CD	-	-	-	-	CD, Faltplan
<b>Ort</b>	Hamburg	Hamburg	Hamburg	Hamburg	Berlin	Berlin	Berlin
<b>Druck</b>	Farbe, s/w, Leimbindung	Farbkopiecover, s/w Schnell- druck, Leim- bindung	CMYK+ s/w, Klammer- heftung	s/w, Offset- druck	Farbcovers/ w Offset- druck	Farbcovers/ w Offset- druck	Farbcovers/ w Offset- druck
<b>Auflage</b>	300	?	?	?	?	?	1600
<b>Beitragende</b>	10	12	12	27	47	55	49
<b>Anzahl Artikel<sup>259</sup></b>	27	27	29	44	51	73	56
<b>Textseiten<sup>260</sup></b>	32	-	46	57	44	55	50
<b>Bildseiten<sup>261</sup></b>	21	-	23	41	50	54	55
<b>Bild+ Text<sup>262</sup></b>	11 (Collage)	-	6	14	7	17	21
<b>Inseratseiten</b>	-	-	-	2	10	5	5
<b>Farbe</b>	1 (Cover)	1 (Cover)	17	-	1 (Cover)	2 (Cover)	4 (Cover)
<b>Inter-views</b>	3	1	4	3	2	3	4
<b>Allg. Artikel</b>	9	8	9	6	4	8	4
<b>Gedichte</b>	-	2	2	1	4	7	6
<b>Erzählungen</b>	1	2	2	9	10	14	8
<b>Fotoseiten</b>	13	10	19	23	30	30	35
<b>Zeichnungen Seiten</b>	7	4 Beiträge (15 Stück)	5	13	8	15	20
<b>Comics</b>	-	-	-	1 (2 S.)	2 (7 S.)	2 (6 S.)	2 (7 S.)
<b>Fotostory</b>	-	-	-	-	-	3 (7 S.)	-
<b>Collage</b>	2 (11 S.)	-	1 (2 S.)	-	3 (7 S.)	1 (1 S.)	1 (2 S.)

Der Preis des Heftes belief sich anfangs auf 5 DM und stieg bis zu den letzten drei Ausgaben auf das dreifache. Ebenfalls angewachsen sind die Anzahl der Beitragenden (von 10 auf 49), der Beiträge (von 27 auf 56) und der Seitenzahlen (von 64 auf 132). Die ersten drei Hefte haben annähernd dieselbe Anzahl von Beiträgen und Beitragenden. In der #3 sind auch

<sup>258</sup> Es stand mir nur die Online-Version zur Verfügung, deshalb keine Angaben bei Text-, Bildseiten.

<sup>259</sup> inkl. Editorial

<sup>260</sup> reiner oder überwiegend Text

<sup>261</sup> reines oder überwiegend Bild

<sup>262</sup> gleichwertig Bild und Text

dieselben Namen wie in den vorausgegangenen Heften zu finden. Die Seitenanzahl hat sich mit dem Heft #4 beträchtlich erhöht (von 75S der #3 auf 114S). Ebenso gestiegen sind die Anzahl der Beiträge und Beitragenden, unter denen sich einige neue Namen finden. Die Auflage stieg von anfangs 300 bis zu 1600 Stück der #7. 1997 entschied sich *Neid* für einen Wechsel des standartisierten Formats von A4 auf nicht standartisierte 18x25 cm. Mit der Ausgabe vom November 1995 (#4) erscheint *Neid* im Offsetdruck. Das erste Heft vom März 1993 und die #2 wurden noch kopiert und mit einem Farbkopiecover versehen.

Häufigste Textsorten sind das Interview, theoretische Beiträge, Kurzgeschichten und Gedichte. Fotos und Zeichnungen sind als eigenständige Beiträge zu sehen. Genauso sind Comics, Bildgeschichten und auch Collagen zu finden. Ein gleichwertiges Verhältnis von Bild und Text wurde in der letzten beiden Ausgaben erreicht. In den vorherigen Heften (mit Ausnahme der #5) dominiert der Text, trotz der angestrebten Gleichwertigkeit, über Fotos, Zeichnungen und Comics. Grundsätzlich ist eine wachsende Professionalität in Bezug auf das Erscheinungsbild festzustellen. Prinzipiell ist – im Gegensatz zu den kommerziellen Magazinen - kein durchgängiges Layout vorhanden. Zu Beginn wurden die Beiträge von den ProduzentInnen selbst gelayoutet, später dann von verschiedenen Leuten gemacht. Das Papier ist bei #6 und #7 nicht immer einheitlich, es setzt sich aus rauhem und Hochglanzpapier zusammen. (Die Angaben in der Tabelle erheben nicht Anspruch auf Vollständigkeit.)

### 3.1.2.1) Kurzvorstellung einzelner Nummern

Inhaltliche Schwerpunkte der #1 (März 1993) sind Frauen in Musik und Kunst, sowie Sexualität und Geschlechtsidentität. In den theoretischen Texten geht es vor allem um Musik. Auffallend ist die häufige Unterlegung von Text mit Fotos oder Zeichnungen. Die Collage kommt in den folgenden Ausgaben in dieser Art nicht mehr vor und stellt eine Besonderheit der ersten Ausgabe dar. Das rote Farbkopiecover zeigt ein Foto von einer Frau mit Kleinkind. Von dieser Frau sind nur die nackten Beine und Hände zu sehen. Das Bild ist kombiniert mit ausgewählten Titeln des Heftinneren. *Neid* sollte laut Editorial #1 ein in Teamarbeit hergestelltes Magazin sein, das nicht nur als Kommunikationsmittel und Austausch der Kunstszene, sondern auch einer gesellschaftlichen Agitation dient. Ziel sei eine Gleichwertigkeit von Bild und Text.

#2 erschien im April 1994 und beschäftigte sich vor allem mit den Themen Schwangerschaft und feministischer Theorien von Donna Haraway und Judith Butler. Zum literarischen Teil gehören Erzählungen und Gedichte, teilweise auch in Englisch geschrieben. Im Editorial klären *Neid* ihre Position. Sie wenden sich gegen den herkömmlichen Kunstbetrieb und einem offenem Kunstbegriff zu. Das farbige Coverfoto „Plastic Butt Naked

Babies („our hearts are not from plastic – it's you makes us sarcastic“) von Ina Wudtke zeigt sechs nackte Frauen mit künstlichen Körperteilen.

*Neid #3* erschien im September 1994. Das Heft enthält farbige, ganzseitige Fotoarbeiten von Künstlerinnen und Beiträge zu Musik. Das Editorial, sowie ein Gedicht sind in deutsch und englisch verfaßt. Das Interview mit einem Graffitikünstler und eine Erzählung sind in englischer, der Rest in deutscher Sprache geschrieben. Die Artikel gruppieren sich hauptsächlich um das Thema Musik. Rund ein Viertel dieser Nummer besteht aus ganzseitigen Farbfotos. Die meisten Fotos stammen von Claudia Reinhardt und Ina Wudtke selbst. Vorwiegend sind Frauen abgebildet, darunter z.B. zwei Selbstportraits von Claudia Reinhardt. Inszenierte Frauenfiguren stehen in den anderen Fotos im Mittelpunkt. Das Front- und Backcoverfoto kreierte Ina Wudtke. Auf der farbigen Titelseite sind Claudia Reinhardt „as the blond hard working sekretary who needs drugs and feminist's literature“ und Ina Wudtke „as the non stop working, cool DJ, keeping busy making power moves“<sup>263</sup> abgebildet. Samples von Gang Starr's Album „Daily Operation“ sind in das Cover einbezogen worden. Ina Wudtke, gekleidet als Mann, eine Zigarre rauchend, sitzt vor einem Plattenspieler. Ihre Kollegin lehnt als Sekretärin hinter einem Laptop, auf dem eine langhaarige Frau abgebildet ist, und einem Durcheinander von Geldscheinen, Büchern und einem Schädel. Sie befinden sich in einem büroartigen Raum. (s. Abb. 1) . Das Backcover – ebenfalls in Farbe – zeigt „The Neid Posse“<sup>264</sup>, Beitragende dieser Nummer versammelt (s. Abb. 2).

Heft #4 (November 1995) sollte eine Mischung und Verbindung von Kunst, Literatur, Musik und Mode durch deren visueller Darstellung sein. Mit dieser Ausgabe übernimmt Ina Wudtke die alleinige Herausgabe und trägt auch die größte Zahl an Artikel, Fotos und Interviews bei. Hauptthemen des Heftes sind Musik und Sexualität sowie fiktionale Literatur. Sieben Artikel sind in Englisch verfaßt. Die Beiträge zur Musik – Artikel sowie Fotos und Interviews - gruppieren sich hauptsächlich um Hip Hop, Rap und DJ'ing. Das Thema Sexualität ist sehr weit gegriffen. In Erzählungen, Fotos und Zeichnungen werden die unterschiedlichsten Identitäts- und Sexualitätskonzepte vorgestellt. In den fiktionalen Erzählungen wird Sexualität zwischen Mann und Frau und unter Frauen behandelt. Diese Texte sind oft mit Zeichnungen kombiniert. Die Fotoseiten tragen als Schwerpunkt weibliche Sexualität und Geschlechtsidentität. Viele Beiträge Ina Wudtkes in diesem Heft sind in N.Y. selbst oder aus den Erlebnissen und Erfahrungen dort entstanden. Auf dem s/w Cover ist das Gesicht einer jungen Frau/Mädchens zu sehen. Über die Nase laufen ausgewählte Titeln des Heftes. Am unteren rechten Rand steht „Leck Mich!“ (s. Abb. 3). Die Zeichnung am

---

<sup>263</sup> *Neid #3*, S.1.

Backcover von Bee (aka Birgit Wudtke) zeigt eine Frau mit nacktem Oberkörper und kurzem Rock. In der einen Hand hält sie eine Handtasche, in der anderen ihre schlaffe Brust. Ihre überdimensionierten Schamlippen sind zu sehen. Unter dem Schriftzug „CHANNEL“ ist die Adresse von *Neid* angegeben.

Die rund 50 Beiträge der #5, sieben davon in Englisch, wurden von Leuten aus Berlin, Hamburg, Bonn, Mexiko und L.A. gestaltet. Sehr viele sind neu dazugekommen. Im Zentrum der Nummer, die im Oktober 1996 herausgegeben wurde, stehen Fotos und literarische Arbeiten. Die Fotos machen etwa ein Drittel des Heftes aus. Die Schwerpunkte liegen in einer Auseinandersetzung mit der Queer-Community, Sexualität, Kunst und Musik. Die Fotos transsexueller Männer in Spitzen, Leder und Gummi von Susanne Klein prägen die Zeitschrift und machen das „Spiel“ mit der Geschlechtsidentität deutlich. Das bläuliche Frontcover von Claudia Reinhardt „plastic brain headed birth mashine with silktrap'n higheals“ zeigt eine maskierte Frau in kurzem Kleid, die ihre Hände in die Hüften stemmt aus der Froschperspektive (s. Abb. 4). Auf das Backcover von UTV ist ein Mann mit einem Schild „Werbung für alle“ und eine Schlange gezeichnet. Es ist mit „Unser TV“ überschrieben.

Der Schwerpunkt der #6, erschienen im Oktober 1997, liegt in literarischen Texten. Zeichnungen und Fotos nehmen ebenfalls einen zentralen Stellenwert ein. Neu ist die Form der Bildgeschichte. Dieses Heft hält bis jetzt die meisten Beitragenden, sowie die größte Anzahl an Artikeln und Umfang. Wieder sind viele neue Namen dabei. Sieben Beiträge sind in englischer Sprache verfaßt. Das Frontcover zeigt Ina Wudtke als Cyber-Frau, in Schläuchen eingewickelt und in der Luft hängend. Auslöser für das Bild war der Manga Film „Ghost in the Shell“ (s. Abb. 5). Auf der Rückseite befindet sich ein (heiß diskutiertes) Inserat der Zigarettenmarke „West“.

In der #7 von Oktober 1998 ist das Prinzip der Gleichwertigkeit von Bild – Text - Sound realisiert. Das Heft ist eine gleichwertige Fusion aus Text, Image und einer Hörporbe in Form einer Audio-CD. Der Nummer ist eine Mini-CD mit ‚Live-Mitschnitten‘ von *Neid* Poetry/Musik Events und ein Faltplan/Pathfinder von Andreas Gram „Vom Brandenburger Tor zur Topographie des Terrors“ beigelegt. Sie hat die bisher größte Seiten- und Imageanzahl. Neu ist die Bezeichnung als *Neid Magazina* und die Kreation einer Avatarfigur, die das Gesicht Ina Wudtkes trägt (s. Abb. 6). Das Titelblatt „Ezikiel“ von Claudia Reinhardt zeigt einen jungen, kastrierten Mann (s. Abb. 7). Am Backcover inserierte ein Haarstudio. Hauptthema der meisten Beiträge – seien es Artikel, Kurzgeschichten, Gedichte, Fotos, Comics, Bildgeschichten oder Interviews und - ist Sexualität. Sie wird in den Facetten von

---

<sup>264</sup> Ebd.

weiblicher Sexualität, Homosexualität, Prostitution, Inzest und Pornographie bis hin zu AIDS thematisiert. Das Heft beleuchtet u.a. die Prostitution von mehreren Seiten. So werden die juristische Lage Prostituerter geklärt oder Sexarbeiterinnen interviewt. Zum Thema gibt es außerdem Fotoserien und Zeichnungen.

### 3.1.2.2) Themen

In diesem Kapitel möchte ich die Hauptthemen des Heftes herausgreifen und mit Beispielen illustrieren. Die Einteilung in die verschiedenen Themen soll keine Ab- und Eingrenzung bedeuten, vielmehr möchte ich auf die Verbindung der einzelnen Bereiche untereinander hinweisen. Die Einteilung in Themen soll der Übersichtlichkeit dienen. Die Illustration mit ausgewählten Beispielen ist exemplarisch zu betrachten, da durch die Menge und Unterschiedlichkeit der einzelnen Beiträge keine Vollständigkeit erreicht werden kann.

#### 3.1.2.2.1) Identität – Sexualität

In Texten, Bildern und Ton werden die unterschiedlichsten Identitäts- und Sexualitätskonzepte vorgestellt. In den verschiedenen Medien werden Formen der Repräsentation von Sexualität und Identität gesucht. Der Schwerpunkt liegt dabei auf der Inszenierung und Verhandlung weiblicher Geschlechtsidentität. Hetero-, Homo-, Bi- und Transsexualität werden neben Themen wie Schwangerschaft(sabbruch) oder Prostitution diskutiert. Im folgenden gehe ich auf einzelne Punkte genauer ein.

*Neid* ist stark an die Person Ina Wudtke geknüpft. Viele ihrer und Claudia Reinhardts Fotos sind Selbstporträts, in denen sie als inszenierte Frauenfiguren abgebildet sind. Auffällig ist z.B. das Foto der beiden Herausgeberinnen in der #1 „Ganz kleines Mädchen nach dem Verspeisen eines Glases Marmelade“. Es zeigt eine marmeladeverschmierte, nackte Ina Wudtke mit angezogenen Beinen. Ihr Geschlecht ist zu sehen. Im unteren rechten Rand befindet sich das *Neid*-Logo. Ina Wudtkes Fotos in #2 kreisen ebenfalls um ihre Person: Auf „That’s How I’m Livin“ und „ina“ ist sie selbst abgebildet. Das Cover der #3 beispielsweise zeigt Claudia Reinhardt als drogen- und feminismussüchtige Sekretärin und Ina Wudtke als coolen, männlichen DJ. Rund ein Viertel dieser Nummer besteht aus ganzseitigen Farbfotos, von denen die meisten von Claudia Reinhardt und Ina Wudtke stammen. Vorwiegend sind Frauen abgebildet, darunter sind z.B. zwei Selbstportraits von Claudia Reinhardt. In „Conehead/Eierkopp“ zeigt sie sich schwanger und mit riesigem, langgezogenem Kopf (s. Abb. 8). Im Kontrast zu dieser fiktiven, inszenierten Gestalt steht das zweite Selbstportrait „Schißlaweng“. Dieses Bild gibt eine „natürliche“, direkt in die Kamera blickende junge Frau wieder (s. Abb.9). Das Heft #4 beginnt mit einem Foto. Dieses zeigt Ina Wudtke und Claudia

Reinhardt jeweils doppelt und einander sehr ähnlich, mit demselben Kleid, Perücke und Schminke. Es stellt einen „remix von ‚En Vogue‘“ dar. Das Frontcover der #6 zeigt Ina Wudtke als Cyber-Frau. Neu in der #7 ist die Avatarfigur, die das Gesicht Ina Wudtkes trägt.

All die aufgezählten Beispiele sind Selbstinszenierungen von Ina Wudtke und Claudia Reinhardt. Die eigene Person ist Modell und Produzentin des Images zugleich. Frau bestimmt ihre Repräsentation selbst und kreiert so ein eigenes Selbstbild. In den Selbstrepräsentationen werden weibliche Sexualität, Selbstinszenierung und Wandelbarkeit thematisiert. Es gibt keine fixe Geschlechtsidentität, sondern diese ist veränderbar und kann selbst bestimmt werden. Je nach Kontext wird Identität und Sexualität gewählt und inszeniert.

Weibliche Repräsentation zeigt sich aber nicht nur in Selbstporträts, sondern auch in allgemeiner weiblicher Präsenz. Es werden vor allem Frauen und deren Arbeiten vorgestellt und abgedruckt. So sind in der #1 beispielsweise nicht nur ein Faxinterview mit der Feministin Judith Butler, ein Gespräch mit der Pornofilmproduzentin- und schauspielerin Teresa Orłowski und mit der Künstlerin Doris Frohnafel, sondern auch ein Interview mit Aktivistinnen in Manhattan, die einen alternativen Fernsehsender betreiben, dokumentiert. In den Fotos sind vorwiegend Frauen zu sehen. Bis auf die Titelseite der #7, wo ein kastrierter, junger Mann zu sehen ist, sind auch auf den Coverseiten Frauen abgebildet. Abbildungen von Männern sind nur vereinzelt zu finden. Neben vielen Frauenfotos finden sich z.B. in der #3 Fotos zweier nackte Männer von Claudia Reinhardt. Durch Bewegung der Kamera erhält der in einer Blumenwiese liegende „Playboy pikant-herzhaft“ zwei Penisse. Der tätowierte „Playboy lieblich-süß“ zieht gerade seine Hose hinunter.

Die Erfahrungen, Erlebnisse, Gedanken, Fantasien, Wünsche und Bilder von Frauen stehen - wie in kommerziellen Frauenzeitschriften, aber unter anderen Prämissen - im Vordergrund. *Neid* kritisiert aber vor allem die mediale Darstellung von Frauen:

[...] Another main interest is shooting pictures with the help of so many supportive people and supermodels! Photographies are visual thoughts. We think it's a pity that the german magazine market does not have a place for intelligent fashion pictures/photos in general. Especially the way how women appear makes us just ‚sick and tired‘.[...] We do not want to be underground, we are not independent (the 80's are over!). [...] Many parts of life and culture are getting more and more privatized. It's hard to deal with different people, cultures and scenes. But we try to work it out and connect it! Because we believe in a symbiosis of ‚everything with everything‘ – a mix!<sup>265</sup>

Als Reaktion darauf stellt Ina Wudtke in der #5 Fotoserien von Frauen-Bildern in TV, auf deutschen Magazintitelseiten und Frauen ihrer Nachbarschaft gegenüber. Sie macht so die Differenz zwischen medialer Repräsentation von Frauen und realen Lebenswelten deutlich.

---

<sup>265</sup> *Neid* #4, Editorial, S.5.

Zentral sind in *Neid* auch Themen, die vor allem Frauen betreffen: Körperbilder, Schwanger- und Mutterschaft, Prostitution. Das rote Farbkopiecover der #1 zeigt eine Frau mit einem Kleinkind. Claudia Reinhardts Thema in der #2 ist Schwangerschaft: Sie fotografierte eine Frau auf deren T-Shirt „keine Gebärpflicht“ und eine weitere mit einem Schild auf dem „Freiheit für den Schwangerschaftsabbruch“ geschrieben stehen. In der #3 sprechen Frauen über Beziehungen, Glück und Liebe („Pussy Clut Talk“) und eine Studentin über ihre Erfahrungen als Domina. Ein „Model im Domina-Gewand“ ist auf dem Foto von Bettina Bartzen zu sehen (#4). Prostituierte beiderlei Geschlechts kommen in der #7 zu Wort.

Die Thematisierung von Homo-, Bi- und Transsexualität sowie der Sexualität zwischen Mann und Frau zieht sich durch alle Hefte. *Neid* geht es um die Eröffnung von Alternativen zur Normalität und bedient sich dabei einer anderen Bildsprache:

[...] es geht um Wahrnehmungen in einer (viele Leute) diskriminierten Normalität – wie sie zum Beispiel in Deutschland herrscht. Wir haben uns bemüht, die unterschiedlichsten Ansätze zu zeigen, Einige können besser mit Worten, andere mit Bildern sich ausdrücken. Wir arbeiten auch mit einer Bildsprache. *Neid* will tiefer sehen und nicht einfach nur illustrieren [...] ...ein wenig ablenken von der normalen Klischee-Bildsprache.<sup>266</sup>

Zur Illustration einige Beispiele: In den fiktionalen Erzählungen der #4 bringt Lori Shy ihre eigenen Erfahrungen in die Geschichte zweier, sich begehrender Frauen in einem SM-Club ein, während Nina Petrick von einem Mann erzählt, der seine Frau umbringt, da sie unbedingt Kinder haben will und er nicht. In dem englischen Gedicht „Sweetheart“ geht es um lesbisches Begehren (#5). Inga Svala Thorsdottir zerkleinert einen künstlichen Penis und eine Vagina. Sie dokumentierte „hommage à Barbie“ mit Fotos und protokollarischer Beschreibung der Vorgangsweise. Susanne Kleins Fotos transsexueller Männer in Spitzen, Leder und Gummi prägen die Zeitschrift #5. Weitere Beispiele sind die Geschichten „Bi No Other Choice“ über Bisexualität von Lori F.Shy (#2), oder „Answering Machine“ von John Shirley, in der ein homosexueller Mann seine Schwester getötet hat (#7). Beispiele aus der #4: In „Ficken ist ein Symbol – Hier ist die Liebe“ zeigt KCP (aka Katharina Pfaller ein nacktes sich umarmendes Pärchen in romantischem Licht. Claudia Reinhardt schuf die Computerzeichnung „Einen Tag mal ein Mann sein und einen Schwanz haben...“ Diesen Satz denkt sich eine zum Betrachter nach oben blickende, alltäglich wirkende Frau.

Was lehrt uns *Neid*? Es gibt nicht nur eine fixe Identität und Sexualität, sondern unterschiedlichste, sich verändernde Identitäten und Sexualitäten. Ein Diskurs über längeren Zeitraum – wie in *Neid* – bietet die Möglichkeit, Alternativen zu entwickeln:

---

<sup>266</sup> Wegener.

Neid versucht als Konzept, so viele Perspektiven wie in unserem Rahmen möglich, nebeneinander zu stellen, zu respektieren aber auch sich einander berühren/beeinflußen zu lassen.<sup>267</sup>

Die vorgeschlagenen Identitäten können zueinander in Widerspruch stehen und unvereinbar sein:

Es ist sehr vielschichtig und unterschiedliche Standpunkte können sich darstellen (eben nichts, was man mal schnell eben durchliest), verschiedene Identitätsvorschläge werden miteinander vereint, die nicht logisch zusammenhängen.<sup>268</sup>

#### 3.1.2.2.2) Musik

Zentrales Interesse Ina Wudtkes ist Musik, insbesondere Hip Hop. Selbst DJ, ist sie auf der Suche nach diversen Musikrichtungen und verschiedenen Formen des DJ'ing. Auch hier werden viele Frauen vorgestellt und kommen zu Wort, z.B. in dem Artikel von Claudia Reinhardt über „Frauen versuchen Platten aufzulegen“ (#1), von Lars Bulnheim „Women's got Soul“ (#6) oder in dem Gespräch mit drei Frauen aus den Bereichen Theater, Literatur und Live Performances (#7). Hip Hop wird in unterschiedlichen Zusammenhängen thematisiert: Frauen im Hip Hop, „Hip Hop in Deutschland, Jamkultur und Sprechgesang“ (#1) oder in Fotoserien von Ina Wudtke „Hip Hop kids in Germany/N.Y.“ (#4). Meistens ist Ina Wudtke die Autorin dieser Beiträge. Neben Hip Hop sind auch Techno und Rap zu finden, wie im „Techno-Tagebuch“ von Barbara Jung (#1), und Reflexionen über die Hamburger Techno Szene (#2), „Girls in the Hood. New York Jamspecial“ (#4) und „Black Politics“ im Rap (#4). Verschiedene Interviews bringen unterschiedliche Formen des DJ'ing und Positionen ein: Interviews mit Video DJ Eye Scratch und dem Slide DJ Team HH „dura lux“ (#4), Holger Hiller oder DJ Spooky (#5). Weitere Themen der Musikartikel sind „Easy Listening Music“ (#4), „Love Parade 94“, House, Swingbeat der schwarzen „community“, Musik im Netz (alle #3), Latino-Kapellen in NY City (#5) und die Musikszene in Barcelona (#6).

Aber nicht nur theoretische Artikel und Interviews, sondern auch Fotos und Zeichnungen beschäftigen sich mit dem Thema: Ina Wudtke fotografiert, inszeniert und gezeichnet als „DJ T-INA“ (#4, #5). Am Cover der #3 ist sie als männlicher DJ fotografiert, in der #6 „A DJ's anatomy“ wird ihr der Bauch aufgeschnitten. In den Serien fotografierte Ina Wudtke „Boygroupfans“ (#6). In fiktionalen Texten wird Musik ebenfalls aufgegriffen: In „Papa Kelly kackt ab“ (#5) gibt sich ein Mädchen als Mitglied der Kelly-Family aus. Sie und der männliche Ich-Erzähler werden von ihrem betrunkenen Vater beim Sex gestört, worauf

---

<sup>267</sup> Neid #3, Editorial, S.4f.

<sup>268</sup> Wegener.



der Junge ihn prompt über die Reling wirft. In der Lyrik findet sich ein englisches Gedicht „Season Premier of ‚Abstract Wave““ (#4). Eine weitere Dimension stellt die Mini-CD dar. Sie ist mit ‚Live-Mitschnitten‘ von *Neid* Poetry/Musik Events bespielt.

Zusammenfassend läßt sich feststellen, daß das Thema Musik in alle Bereiche und Medien integriert wird. In theoretischen wie fiktionalen Texten und Gedichten, in Fotos und Zeichnungen, sowie in der beigelegten Mini-CD (#2 und #7). Die Auswahl der Musikrichtungen ist stark an die Person Ina Wudtkes und ihre Identität als DJ T-Ina geknüpft.

### 3.1.2.2.3) Kunst – Alternativkultur

Gegründet wurde *Neid* von Künstlerinnen als Alternative zu Ausstellungen. Dadurch und aus dem vorhergehenden wird eines klar: *Neid* vertritt keinen traditionellen Kunstbegriff. Die Produktion einer Zeitschrift als künstlerische Praxis in einem wechselndem Kollektiv entspricht nicht der (überholten) Vorstellung autonomer, „genialer“ (männlicher) Maler, Bildhauer und Grafiker. Für *Neid* stellt die Arbeit an der Zeitschrift ihre künstlerische Praxis dar, mit der sie Grenzbereiche des Künstlerischen befragen:

Wir halten die Fortsetzung unserer künstlerischen Arbeit in Gestalt einer Zeitschrift in sich konsequent, sowohl in Hinsicht auf die Herstellung einer neuen Öffentlichkeit, wie im Sinne einer Befragung jener Grenzbereiche des Künstlerischen, in denen sich Identitäten auflösen, verschieben und umgruppieren oder sich in solchen Bewegungen manifestieren und dokumentieren.<sup>269</sup>

Nach „hoher“ Kunst wird man/frau in *Neid* vergeblich suchen, vielmehr wird man/frau in alternativkulturellen Bereichen fündig werden: Comics, Graffiti, Filme, Zeichnungen, Collagen, Fotos und Mode sind eigenständige Beiträge. An den folgenden Beispielen lassen sich kaum allgemeinen Aussagen treffen, da die Beiträge je nach ProduzentIn sehr unterschiedlich sind.

Essentieller Teil von *Neid* sind Fotos. Sie bestimmen das Erscheinungsbild wesentlich. Die meisten Fotos sind Einzelstücke, dennoch gibt es auch Fotoserien, wie z.B. „Vater, Mutter, Tochter“ in Heft #7. Die beiden Frauen essen in einer Art Orgie Fleisch und der/die LeserIn fragt sich, ob es sich wohl um den Vater handelt, der da verspeist wird. Mutter und Tochter nähern einander und küssen sich schließlich. Die Fotostreifen sind am oberen und unteren Seitenrand angebracht.

Bildgeschichten, Comics und Zeichnungen sind ein wesentlicher Bestandteil von *Neid*, wobei die meisten ZeichnerInnen über mehrere Ausgaben hinweg präsent sind. Die Zeichnungen sind in Stil und Ästhetik sehr unterschiedlich. Jede/r Beitragende hat ihren/seinen individuellen Zeichenstil. Hans-Christian Dany zeichnet „Sich striegelnde

Chanelmädchen“, „Mädchen mit Kettenschuhen“ (s. Abb. 10), „Zankende Mädchen“ (#1) oder etwa eine schwangere Barbie-Puppe „Judith“ (#2) und Nalla Smith Cyber-Figuren mit überdimensionierten Geschlechtsorganen (#2, #3). Die Zeichnungen am Backcover der #4 von Bee (Birgit Wudtke) sowie der #5 von UTV habe ich bereits beschreiben. Weiters Kai Dünnhölter's Zeichnungen: Eine Cyber-Frau stämmt eine Hand in die Hüfte und zeigt mit dem Finger der anderen auf den Betrachtenden (s. Abb. 11). Dieselbe Frau streckt einige Seiten vorher unter gespreizten Füßen dem/der BetrachterIn den Mittelfinger entgegen (#4). Einige der Erzählungen sind mit Zeichnungen illustriert, wie z.B. „Pilli in London“ (#5).

In dem französischen Comics „Mange L'amour“ ißt eine Frau einen Mann auf und verdaut ihn, während in „Frauen nerven“ Konkurrenz unter Frauen thematisiert wird (#5). In den Comic-Zeichnungen „Im Museum“ wird aus der Perspektive eines Kindes erzählt. Die Mutter ist Prostituierte und schwanger, sie will das Kind nicht und tätowiert ihm täglich von seiner Geburt bis zum Tod einen Strich ein. Der Zeichner arbeitete mit starken schwarz-weiß Kontrasten sowie mit Flächen und Linien (#6). Vom selben Zeichner, nämlich Christian Roosen, stammt „Frau Du und Mister Ich“. Ein Mann und eine Frau lernen sich kennen und nachdem sie Sex miteinander hatten, spricht die Frau von AIDS. Der Mann wirft sie hinaus (#7). „Comic Art“ von Markus sind eigenartige Zeichnungen und wirken wie auf einen Notizblock gekritzelt. Teilweise sind die Zusammenhänge schwer zu erkennen (#7).

Ein anderes Medium sind die Fotostories, wie wir sie von Mädchenzeitschriften kennen. In „Liebe auf den ersten Klick“ und „Nachts beweist er seine Liebe“ lernen sich zwei über Internet kennen und dann auch in der Realität lieben. Das Medium der romantischen Bildgeschichte wird durch visuelle und textliche Übersteigerung (z.B. Pferdethematik) parodiert. Die Bilder sind offensichtlich aus Mädchenmagazinen entlehnt. Die Liebe und ihr Scheitern ist Thema der Fotogeschichte „You are not going to like, what I am going to say...“. Die Sprechblasen sind mit der Hand beschriftet und reflektieren das Geschehen auf den Fotos (#6).

In Bezug auf Film gibt es ein Interview mit Art Jones und Cyrill, die in ihrem New Yorker TV- und Videochannel der „afro-latino-community“ alternatives Fernsehprogramm bieten wollen (#2) oder der deutsche Undergroundfilmer Lothar Lambert erzählt Episoden aus seinem Leben und steuert ein Gedicht über Berlin bei.

Ein weiterer Bereich der Alternativkultur stellt Graffiti-Kunst dar: Der Graffitiartist Mode2 steht im Mittelpunkt von „Bush Honey Babes“. Seine Graffitis und Zeichnungen

---

<sup>269</sup> Neid, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

haben vorwiegend Frauen und deren Sexualität zum Thema. In der #4 führt Ina Wudtke wieder ein Interview mit einem Graffiti-Künstler: Bom 5.

Künstler kommen ebenfalls zu Wort, etwa Doris Frohnäpfel (#1) oder die schwedischen KünstlerInnen Hinrich Sachs und Annika Eriksson (#7). In einem Gespräch („Wenn Kunst zu Pop wird...“) mit dem Künstler Erik Schmidt und der Autorin Linda London geht es um Mode, Mainstream, Sex in der Kunstszene, Drogen und Kunst, Popstars und mehr.

*Neid* ist aber auch an Mode interessiert: „Human League, sometimes in the elevator“ sind Modefotografien (Mode: Kai Dünnhöfner) der beiden Herausgeberinnen in der #3. In „Modestrecke“ präsentiert Elke aus dem Moore auf zehn Seiten ungewöhnliche Modefotos (#7). Es sind nur kleine Ausschnitte in Nahaufnahme zu sehen oder Fotos, die keine Mode zeigen. Interessant ist der Beitrag „Boiler Room Fashion“ (#6). In ihm kommen Erzähltext (Erik Schmidt), Mode (Kai Dünnhöfner) und Fotografie (Ina Wudtke) zusammen. Erzählung und Mode korrelieren. Der Text handelt von einem jungen Mann in weißen Jeans, der einen anderen Mann kennenlernt und mit diesem die Bar verläßt. Auf den Fotos ist der modebestückte Mann zu sehen.

Interessant ist, daß vor allem in der letzten Nummer beim ersten Aufschlagen nicht mehr zu erkennen ist, aus welchem Kontext die Zeitschrift stammt. Ist es eine Mode-, Kunst- oder Alternativszenenzeitschrift? Die Verortung in einen erkennbaren Kontext ist nicht mehr relevant, denn es geht um das kulturelle Feld. Eine Zusammenschau von Mode, Musik, Kunst und einer subkulturellen Szene („Queer-Community“) wird geschaffen. Dazu meint Ina Wudtke:

Mittlerweile ist es schon ziemlich hip auch gerade im Kunstkontext, ein bißchen Ulf Porscherdt, ein bißchen DJ-Philosophie, ein bißchen schwarze Frauen, bißchen Lesben, bißchen Mode, bißchen so, zwar alles nicht so richtig, aber alles so ein bißchen von allem so. Es kann schon sein, daß wir da bald nicht mehr mithalten können. Ok, das ist dann so eine Sache von außen betrachtet. Für mich ist es nicht nur so eine Selbstbefriedigung. Wenn ich merken würde, daß sie sich überhaupt nicht mehr verkaufen und gar kein feedback mehr kriegt, wäre es mir nicht genug das einfach nur zumachen, dann würde ich sagen, jetzt reicht es. Also, es ist schon für mich wichtig, so ein feedback.<sup>270</sup>

Auffallend ist auch die Adaption subkultureller Ansätze durch die Massenmedien. Standen Claudia Reinhardts „trashige“ Fotografien zu Beginn noch außerhalb jeglicher anerkannter Ästhetik, ist nunmehr in Modezusammenhängen diese „trashige“ Ästhetik Standard geworden. Bemerkenswert ist die Herkunft dieser Ansätze aus dem Kunstkontext und die Einbindung in die „Hochkultur“. Ebenso gehen viele Zeichnungen in Mainstream-

---

<sup>270</sup> Zobl, Interview.

Magazinen in Richtung Comics, eine Entwicklung, die ebenfalls in der Alternativpresse vorhergegangen ist. Und welchen Kunstbegriff vertritt Ina Wudkte? Ina Wudkte:

Die Identities... [...] Es ist die Auseinandersetzung mit Identität im weitesten Sinne, dann eine Selbstpromotion von der eigenen Arbeit in einem Kontext, den ich selber kontrollieren kann und auch der Zugang zu einem Publikum, wo ich glaube, daß es mein Publikum ist. Im Gegensatz jetzt..., also wenn ich im Kunstverein Hamburg was mache, dann kommen da bestimmte Leute und die sehe ich und ich finde die auch wichtig und interessant, aber es sind nicht unbedingt meine Freunde. Und ich habe immer gedacht, wenn ich was mache, müßten meine Freunde, [...] wissen was ich mache und daß die auch Spaß dran haben. [...] Mir ist es immer wichtig, daß man an verschiedenen Orten auftreten kann in dem entsprechenden Medium.<sup>271</sup>

Die verschiedensten künstlerischen Praxen in *Neid* werden – ohne Hierarchie - vorgestellt und dokumentiert. Ziel von *Neid* ist der Austausch und Diskurs zwischen den Kunstdisziplinen:

Zeitschriftenproduktion ist nicht die hauptsächliche Aktivität des geschaffenen künstlerischen Zusammenhangs, vielmehr soll über die einzelnen Kunstdisziplinen hinweg Austausch und Diskurs ermöglicht werden. NEID betrachtet auch kulturelle Analyse und Forschung als künstlerische Arbeit, setzt die Authentizitätsbegriffe ganz unterschiedlicher Bereiche und stellt sie in Frage.<sup>272</sup>

#### 3.1.2.2.4) Literatur

Die Palette literarischer Texte reicht von Kurzgeschichten, fiktionalen, surrealen und experimentellen Texten über Gedichte und Gedankensplitter bis hin zu Science-Fiction Erzählungen. In Stil und Form sehr unterschiedlich, haben sie oft eigenwilligen Charakter.

Im folgenden einige Beispiele dazu: In den literarischen Texten der #3 geht es zum einen um eine schwangere Frau, die ihr Kind nicht will und den Mann tötet („Killing inside - Short Cut Murders Story“), zum andern in „Esta Noche“ von Lori Schy um eine verliebte, dann von dem Mann verlassene Frau. Heiko Wichmann stellt Überlegungen zur Einsamkeit an. Der Rezension eines von Frauen herausgegebenen Fanzines namens „Sistren“ aus Jamaika ist ein Auszug eines Gedichtes angeschlossen. Die Erzählungen in NEID #4 haben vorwiegend fiktionalen Charakter. Im Auszug aus der Science-Fiction Erzählung „Die Süßlichkeitsfabrik“ geschehen Morde in eigenartiger Umgebung. Heiko Wichmann hat „Die Verwandlung“ Kafkas umgeschrieben. In der surrealen Geschichte Tanja Dückers gründen siamesische, am Rücken zusammengewachsene Zwillinge nach ihrer Hochzeit und dem Mord an ihrem Arzt eine „Ehe-los GmbH“.

---

<sup>271</sup> Ebd.

<sup>272</sup> Aus: Ankündigungsfolder, Depot. Kunst und Diskussion, Februar 1999. Veranstaltung: NEID Zeitschriftenpräsentation am 6. Februar 1999.

Bemerkenswert ist die Erzählung „Das Alleinstehende Haus“ von Alexandra Filipp, denn Text und Layout sind völlig verschmolzen. Verschiedene Wörter oder Wortteile sind in Größe, Farbumkehr oder Position herausgehoben, sowie Rahmen und Zeichnungen sind unter und neben den Text gelegt. In der Erzählung geht es um ein Geisterhaus, in dem von der Betreiberin eines Kinderpornounternehmens Experimente mit synthetisch steuerbaren Pflanzen gemacht werden. Das Haus brennt ab und der Traum der Ich-Erzählerin, die von ihrem Großvater flüchtete, ist zerstört (#5). Der Text beginnt in realistischer Erzählweise und wird immer surrealer. Ebenso interessant wie eigenartig sind die über mehrere Hefte reichenden Geschichten um „Pilli“ von Erik Schmidt. So ist Pilli einmal allein in London, ist einsam, betrinkt sich, nimmt Ecstasy und weiß am nächsten Tag nicht mehr, ob sie bei ihrem „one night stand“ ein Kondom verwendet hat (#5). Ein andermal geht Pilli auf eine Vernissage, weil ihr der Galerist gefällt, betrinkt sich und will Koks nehmen. Oder sie fährt gestreift im Auto, ist depressiv und läßt eine Verabredung platzen (#6).

In den ersten vier Nummern sind nur wenige, in den letzten dreien einige Gedichte zu finden. „Grimm’s Liste. Froschkönig bis Hänsel und Gretel“ von Olav Westphalen ist mit einer englisch-deutschen Skizze illustriert. Karl Böhms Gedichte drehen sich um Einsamkeit, Entfremdung und Liebe. Das englische Gedicht „Erosion“ von Tanja Dückers ist in den Kopf eines Mannes montiert. Es geht um folgendes: Eine Frau küßt ihren Mann täglich auf die Stirn, diese wird über die Jahre immer flacher und sein Bauch immer dicker (alle #6). Gedichte der #7 finden sich auch auf der Mini-Disc, zusammen mit Musik und Toneffekten.

Interessant ist das Gedicht „Kleid“, denn man könnte es auch als Collage bezeichnen: Der Text ist in Schleifen auf Fotos montiert und suggeriert die Bewegung eines jungen, tanzenden Mannes. Im Gegensatz zu den „leichten“ Fotos ist der Text brutal: Der Mann will, daß sich die Frau auszieht, hat dann jedoch keine Lust mehr, will sie aber mit nach Hause nehmen und totschiessen, falls sie „nicht das Maul aufmacht“ (#5, s. Abb. 12). Mit einer ähnlichen Ästhetik arbeitet „Sister“ (#5). In die Rasterzöpfe einer Afro-Amerikanerin ist ein Text in weißer Schrift montiert.

Die literarischen Texte handeln von Entfremdung, Einsamkeit, Sex, Homosexualität, Drogen, Tod, Depressionen, Utopien und Fantasien. Einige sind in englischer Sprache verfaßt. Die meisten Erzählungen sind surreal und fiktional. Auffallend ist, daß bei vielen Texten verstärkt visuell, d.h. mit Layout und Zeichnungen gearbeitet wird. Bei den Gedichten ist ebenfalls eine Verschränkung mehrerer Ebenen festzustellen: Lyrik wird mit Zeichnungen und Fotos kombiniert. Die Grenzen zwischen den einzelnen Medien verschwimmen: Es ist nicht mehr wichtig, ob es sich um ein Gedicht oder eine Collage handelt. Es geht um die

Verbindung verschiedener Darstellungsmöglichkeiten, um dabei Neues auszuprobieren und zu entwickeln. Eine weitere Ebene bildet das Akustische: AutorInnen lesen ihre Texte. Die Tonaufnahmen sind mit Musik und Effekten bearbeitet. Im Vordergrund steht das Experiment.

### 3.1.2.2.5) Feminismus und feministische künstlerische Praxis

Ausgangspunkt für die Entstehung von *Neid* war die Auseinandersetzung mit der Psychoanalyse, im speziellen der „Penisneid-Theorie“ Sigmund Freuds. Daher auch der Titel:

‘Neid‘ ist ursprünglich ein Begriff, der in der Theorie von Sigmund Freud als ‚Penisneid‘ eine zentrale Rolle spielt. Lacan hat diese Theorie als Mangelkonzeption aufgegriffen, und als die ehemaligen Lacanleserinnen Claudia Reinhardt und Ina Wudtke über Lacans Auffassungen zu scherzen begannen, wurde die Idee zu ‚Neid‘ geboren.<sup>273</sup>

Die HerausgeberInnen setzten zum Gegenschlag an: Sie stellten Freuds und Lacans diskriminierenden Darstellungen von Frauen eine Art „payback“ und eine „Wiedergutmachung“ in Form einer Zeitschrift gegenüber. Sie konnten (und wollten) die Dominanz männlicher Machtpositionen nicht akzeptieren. Ina Wudtke meint in einem Interview folgendes:

[Ja] uns gibt es seit sechs Jahren, geschaffen aus der Lektüre von Lacan und Freud. Uns hat die Psychoanalyse als Sprache (unterschwellige Bewußtseinsabläufe von Menschen – gesellschaftlich) interessiert. Wir, Claudia, Reinhard [Anm. es handelt sich um Claudia Reinhardt, E.Z.] und ich, fanden, daß in den Medien dieses Thema nicht berücksichtigt wurde. [...] es wurde der Begriff Penisneid geschaffen [...] Eine ganze Gesellschaft, deren Tiefenpsychologie auf dieser Bedeutung basiert, das fanden wir lustig und fragten uns, warum keine Frau eine Geschichte geschrieben hat, die von dem armen kleinen Jungen handelt, der ein Geschwür zwischen seinen Beinen entdeckt, das dort wohl nicht hingehört. Wir sahen darin eine unakzeptierbare Dominanz von männlicher Perspektive: männlich heißt hierbei: im akademischen Machtsinne: im traditionell-gesellschaftlichen Sinn: Machtposition. Das meint nicht eine biologische...<sup>274</sup>

Ina Wudtke und Claudia Reinhardt machen sich also daran, die Geschichte (und Gegenwart) aus weiblicher Perspektive zu erzählen. Sie nehmen sich und geben in Form einer Zeitschrift Raum für anti-hierarchische und feministische Diskussionen. Feministische Theorien, vor allem aus dem amerikanischen Raum, werden vorgestellt und in Text, Bild und Ton umgesetzt. Im folgenden versuche ich, diese feministischen Theorien trotz der Gefahr einer Verkürzung in den wichtigsten Punkten aufzugreifen und den Bezug zu *Neid* herzustellen.

---

<sup>273</sup> Neid, <http://www.thing.de/neid/welcome.html>.

<sup>274</sup> Wegener.

Auffallend ist, daß *Neid* feministische Texte aus den USA relativ früh rezipiert. Vor allem Claudia Reinhardt und Heiko Wichmann zeichnen für die Einbindung feministischer Theorien verantwortlich. Es handelt sich dabei um die Theorien von Judith Butler, Donna Haraway und zuletzt Louise J. Kaplan. Die „Queer-Theory“ und Cyberfeminismus des dekonstruktiven Feminismus sind zentral.

Schon in der #1 ist ein Faxinterview mit Judith Butler enthalten und im „neid-board“ wird über Luce Irigaray und Julia Kristeva philosophiert. Die theoretischen Texte der #2 beschäftigen sich vor allem mit Feminismus, nämlich der „Queer-Theory“, einem Seminarmitschnitt von Judith Butler und dem „Cyborg-Manifest“ von Donna Haraway. Eine kritische Analyse des §218 von Claudia Reinhardt („Wie mit dem Paragraph 218 Bevölkerungspolitik betrieben wird“) und einige Fotos zum Thema Schwangerschaft(sabbruch) erweitern das Heft. Old Boys Network liefern in Heft #6 einen Beitrag über Cyberfeminismus und in #7 stellt Claudia Reinhardt Reflexionen zu Louise Kaplans Buch über weibliche Persionen an.

Beginnen wir mit Judith Butler, da sie auch als erste in *Neid* vorgestellt wird und einen besonders wichtigen Stellenwert für die Zeitschrift einnimmt. Ihr heiß diskutiertes Buch „Gender Trouble“ von 1990 wurde das Jahr darauf ins Deutsche übersetzt („Das Unbehagen der Geschlechter, 1991). In dem Buch geht es um geschlechtliche Identität und ihren performativen Charakter. Butler postulierte, daß sex (das biologisch-anatomische Geschlecht) und gender (das soziale-kulturelle Geschlecht) nicht trennbar sind und verband sie durch das Begehren. Sex ist immer schon gender, um als sex wahrgenommen werden zu können:

Ja, möglicherweise ist das Geschlecht (*sex*) immer schon Geschlechtsidentität (*gender*) gewesen, so daß sich herausstellt, daß die Unterscheidung zwischen Geschlecht und Geschlechtsidentität letztlich gar keine Unterscheidung ist (...) Doch der ‚Leib‘ ist selbst eine Konstruktion [...] Man kann nämlich den Körpern keine Existenz zusprechen, die der Markierung ihres Geschlechts vorausginge. So stellt sich die Frage, inwiefern der Körper erst in und durch die Markierung(en) der Geschlechtsidentität *ins Leben gerufen wird*.<sup>275</sup>

Sie stellte damit die in der feministischen Theorie eingebürgerte Separierung von kulturellem und biologischem Geschlecht radikal in Frage. Diese Trennung macht den Körper zu einem passiven Moment, „der Körper (wird) als bloßes Instrument oder Medium dargestellt, das nur äußerlich mit einem Komplex kultureller Bedeutungen verbunden ist.“<sup>276</sup> Geschlechtliche Identitäten seien hingegen Kopien eines nicht vorhandenen Originals, permanente Nachahmungen. Butler spricht von Performanz: „Hinter den Äußerungen der

---

<sup>275</sup> Butler, Judith: Das Unbehagen der Geschlechter, Suhrkamp: Frankfurt/Main 1991, S. 24ff.

<sup>276</sup> Ebd. S 26.

Geschlechtsidentität (*gender*) liegt keine geschlechtlich bestimmte Identität (*gender identity*). Vielmehr wird diese Identität gerade performativ durch diese ‚Äußerungen‘ konstituiert, die angeblich ihr Resultat sind.“<sup>277</sup> Performativität bedeutet somit die Herstellung geschlechtlicher Identitäten als ständige Akte einer Wiederholung vorherrschender Normen.<sup>278</sup> „To become a gender“ bezeichnet den Prozeß der Naturalisierung als Mann oder Frau durch Inszenierung und Wiederholung des Geschlechts in performativen Akten (*doing gender*). Butler begreift somit geschlechtliche Identitäten als ein sich ständig verschiebendes und kontextuelles Phänomen, in dem Performativität die Schlüsselrolle spielt. Für Butler parodiert die Travestie die Vorstellung einer ursprünglichen oder primär geschlechtlich bestimmten Identität, den Begriff des Originals:

Die parodistische Vervielfältigung der Identitäten nimmt der hegemonialen Kultur und ihren Kritiken den Anspruch auf naturalisierte oder wesenhaft geschlechtlich bestimmte Identitäten. [...] Als Imitationen, die die Bedeutung des Originals verschieben, imitieren sie den Mythos der Ursprünglichkeit selbst.<sup>279</sup>

Die verschiedenen Akte der Geschlechtsidentität bringen überhaupt erst die Idee der Geschlechtsidentität hervor, so Butler, und weiter: „Die Geschlechtsidentität erweist sich somit als Konstruktion, die regelmäßig ihre Genese verschleiert.“<sup>280</sup> Butler ruft zu einer Verwirrung der Geschlechter durch parodistische Verfahren, die das Original, Authentische und Reale selbst als Effekt darstellen, auf: „Ein Verlust der Geschlechter-Normen (*gender norms*) hätte den Effekt, die Geschlechter-Konfigurationen zu vervielfältigen, die substantivische Identität zu destabilisieren und die naturalisierten Erzählungen der Zwangsheterosexualität ihrer zentralen Protagonisten: ‚Mann‘ und ‚Frau‘ zu berauben.“<sup>281</sup> Die kritische Aufgabe für den Feminismus bestehe darin,

Strategien der subversiven Wiederholung auszumachen, die durch solche Konstruktionen ermöglicht werden, und die lokalen Möglichkeiten der Intervention zu bestätigen, die sich durch die Teilhabe an jenen Verfahren der Wiederholung eröffnen, die Identität konstituieren und damit die immanente Möglichkeit bieten, ihnen zu widersprechen. [...] Die Frage ist nicht: ob, sondern wie wiederholen - nämlich jene Geschlechter-Normen, die die Wiederholung selbst ermöglichen, wiederholen und durch eine radikale Vervielfältigung der Geschlechtsidentität *verschieben*.<sup>282</sup>

Was hat dies alles nun mit *Neid* zu tun? *Neid* bringt Butlers Theorie nicht nur direkt in die Zeitschrift ein, sondern setzt deren Forderungen und Implikationen um: *Neid* zeigt in der

---

<sup>277</sup> Ebd. S. 49.

<sup>278</sup> Vgl. Angerer, Marie-Luise (Hg.): *The Body of Gender. Körper. Geschlechter. Identitäten*, Wien: Passagen 1995, S. 26.

<sup>279</sup> Butler, S 203.

<sup>280</sup> Ebd. S. 205.

<sup>281</sup> Ebd. S. 215.

<sup>282</sup> Ebd. S. 216.



Wiederholung den performativen Akt und die Konstruktion geschlechtlicher Identität auf. Dadurch wird klar, daß es kein authentisches Original mehr gibt, am besten zu sehen in den Fotos Susanne Kleins von transsexuellen Männern. Die Dichotomie „männlich“ und „weiblich“ ist in vielen Fotos in *Neid* aufgelöst z.B. indem Ina Wudtke als männlicher DJ oder auf dem Cover der #7 ein kastrierter, junger Mann zu sehen sind. Einer Verwirrung der Geschlechter steht nichts im Wege, wenn z.B. Nalla Smith in ihren Zeichnungen Frauen mit Penis darstellt (#2, #3). Die binäre Opposition wird durch radikale Vielheit durchbrochen. Das Spiel mit der Geschlechtsidentität - „doing gender“ - zieht sich durch alle *Neid*-Hefte, wobei in der Wiederholung eine Verschiebung der Geschlechter-Normen angestrebt wird. Identitäten verschieben sich und sind kontextuell gebunden. Ziel von *Neid* ist es, den herrschenden Geschlechter-Normen eine Vielfalt an Geschlechter-Konfigurationen gegenüberzustellen und sie durch subversive Wiederholung zu verschieben.

Neben der „Queer-Theory“ von Butler ist Donna Haraways Aufsatz „A Cyborg Manifesto. Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century“ (1991) für *Neid* prägend. Nach Haraway sind wir alle Cyborgs – Kreaturen halb Mensch, halb elektronische Maschine:

A cyborg is a cybernetic organism, a hybrid of machine and organism, a creature of social reality as well as a creature of fiction.(...) a matter of fiction and lived experience that changes what counts as women's experiences in the late twentieth century.<sup>283</sup>

Die Grenzen zwischen Mensch und Tier, Maschine und Organismus, physisch und nicht-physisch, Science Fiction und sozialer Realität verschwimmen. Wenn sich das Leben eines Cyborgs um die konstante Konfusion von Grenzen dreht, so können „Verbindungen“ nicht länger um exklusive Identitäten mit fixen Grenzen konstruiert werden. Daher müßte unsere Politik („politics“) auch eine veränderbare Struktur haben, die diese ambivalenten Realitäten reflektiert: „Cyborg politics is the struggle for language and the struggle against perfect communication, against the one code that translates all meaning perfectly, the central dogma of phallogocentrism.“<sup>284</sup>

Zurück zu *Neid*, in der die Figur des Cyborgs eine wichtige Rolle spielt. Das Cover der #6 beispielsweise zeigt Ina Wudtke als Cyborg halb Mensch, halb Maschine. Durch die Cyborg-Ästhetik werden binäre Oppositionspaare rund um Identitäten und Kategorien aufgelöst. Viele Zeichnungen in *Neid* arbeiten mit einer Cyborg-Ästhetik, z.B. jene von Kai Dünnhölder, wo eine „Frau“ zugleich menschliche, maschinelle und tierische Züge aufweist

---

<sup>283</sup> Haraway, Donna: A Cyborg Manifesto. Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. In: Simians, cyborgs, and women: the reinvention of nature, New York: Routledge 1991, S. 149.

<sup>284</sup> Ebd. S. 176.

(#4). Multiple Identitäten und Differenzen sind angesagt, es gibt nicht *den einen*, alles erklärenden Code. Die Identitätsvorschläge in *Neid* sind sogar oft widersprüchlich. In einer Cyborg-Welt ist die „Norm“ nicht mehr Heterosexualität, sondern es ist eine Welt *nach* den Geschlechtern. Geschlechtsidentität oder jede andere Identität kann am Körper nicht mehr abgelesen werden. *Neid* reflektiert Auseinandersetzungen um den Begriff der Identität, um Geschlechtsidentität, nationale und künstlerische Identität im weitesten Sinne.

Ina Wudtke begründet die Gründung der Zeitschrift in Ermangelung an Alternativen und Veröffentlichungsmöglichkeiten für Frauen und geht auf die Situation von Frauen an ihrer Akademie ein:

Wir [Anm.: Claudia Reinhardt, Heiko Wichmann, Ina Wudtke und teilweise Hans-Christian Dany, E.Z.] haben versucht, an der Hochschule war das damals, uns an einigen Zeitschriftenprojekten zu beteiligen. Da gab es zum Beispiel das Magazin *Dank*, da war es uns klar geworden, daß wir noch nicht mal auf so einem Fanzine-Level unsere Arbeiten unproblematisch verbreiten können. Das heißt also, wir sind viel abgelehnt worden von verschiedenen Magazinen und daraufhin haben wir einfach beschlossen, wir machen unser eigenes Magazin, weil wir auch gemerkt haben, daß vor allem Frauen, die künstlerisch arbeiten, damals kaum öffentlich aufgetaucht sind. [...] Und da auf der Kunsthochschule mindestens 60% Frauen waren, fanden wir das Verhältnis nicht angemessen und wollten da mehr Kontakte zu anderen Künstlerinnen aufbauen und das auch promoten nach außen. Das war mal so ein Beweggrund unter anderen, mit dem Magazin *Neid* anzufangen. [...] Es hat uns einfach gestört, daß es niemand für wichtig gehalten hat, stärker auch Identitätsmodelle von Frauen einzugehen, oder die zu promoten und da weiterzuforschen. [...] Wir haben einfach gemerkt, ohne daß wir feministisch sind, in dem old-school-Begriff, daß sich unsere Interessen sich doch von denen der Studenten stark unterscheiden. [...] Wenn in einer Zeitung der einzige Artikel, der aus dem Bereich angeboten wird, der wird dann meistens abgelehnt mit der Begründung, es wäre qualitativ nicht gut genug oder so und das war auch derselbe Grund warum Professorinnen bei uns keine Stelle bekommen haben bei den Bewerbungen. Dadurch haben wir halt ganz stark entdeckt, daß z.B. so ein Begriff wie Qualifikation immer von denen gemacht sind, die in der Kommission sind, und wenn das nur Männer sind, dann ist auch Qualität stark männlich geprägtes Interesse. Das haben wir dann später in dem Buch von Donna Haraway, einer Gender-Philosophin aus den USA, die hat uns sehr stark inspiriert, weil es einerseits nicht das biologische Mann - Frau Bild ist, was wir ziemlich dumm finden, womit wir auch nicht so gerne in einen Topf geschmissen werden, sondern es ist mehr eine Sozialstudie, wie entsteht Macht und was für eine Rolle spielt die Identität Weiblichkeit und vor allem an unserem damaligen Umfeld Akademie.<sup>285</sup>

Soweit Ina Wudtke. Auf mein erstes Email, in dem ich mein Thema vorbrachte, antwortete mir die Herausgeberin: „Wir selbst bezeichnen uns nicht als ‚feministisch‘. Im besonderen ich, als Herausgeberin habe auch kein Interesse daran, als feministisch bezeichnet zu

---

<sup>285</sup> Zobl, Interview.

werden.“<sup>286</sup> Im Interview fragte ich sie nach dem Grund für ihre Abgrenzung zum Feminismus:

Also abgrenzen tu ich mich insofern eigentlich nur so (vom Feminismus) z.B. das Cover von der letzten Ausgabe #7, das hab ich oft so promotet, ja der glamouröse Comeback des Schwanz-Ab-Feminismus ist wieder da. Das zeigt schon so, damals, Alice Schwarzer, was unsere Mütter vielleicht so erlebt haben, ist schon aus heutiger Sicht ziemlich albern. Mich hat so ein biologischer Feminismus nie wirklich interessiert, also ‚ich bin Frau und deswegen habe ich die oder die Veranlagung‘. Das finde ich eher diskriminierend, wenn die Natur mit ins Spiel kommt. Mich hat eher ein soziologisch-gesellschaftlicher Ansatz interessiert. [...] Und das fand ich immer viel interessanter. Judith Butler natürlich und für mich auch auf jeden Fall Donna Haraway mit dem Cyborg-Manifest, weil da geht’s wirklich um Macht, Akademie, was ist Objektivität. [...] ...deswegen halt weg von der Biologie auf jeden Fall und hin auf die Gesellschaft.

*Beziehst du dich auf die Queer-studies?*

Das fand ich z.B. super interessant, daß man sagt, wenn Judith Butler z.B. sagt, ja ich lebe mit Frauen zusammen, und da gibt es eine Rollenverteilung, die vielleicht genauso angreifbar ist, wie die Rollenverteilung zwischen biologischen Unterschieden. Und dann hab ich das begriffen, du kannst dich eben auch als Frau total reaktionär verhalten. Das merkt man ja auch, wenn jetzt langsam Frauen nachrücken in wichtige Positionen, daß man einfach kennenlernt mit der Gleichberechtigung, daß eben, was man vorher ja noch nicht einmal die Chance hatte festzustellen, daß Frauen genauso reaktionäre Positionen haben wie andere Leute, weil man Frauen nie in solchen Positionen gesehen hat. Aber jetzt wo man ein paar Leute sieht, ist man ja an einem anderen Punkt der Diskussion angelangt. Daß man sich über Standpunkte unterhalten muß. Ich hab da irgendwann aufgehört mich damit zu beschäftigen – im Gegensatz zu Claudia Reinhardt. Sie hat sich ziemlich viel mit Sexualität auseinandergesetzt, als zentraler Punkt vom Feminismus und da eben mit Psychoanalyse und jetzt mit E. Kaplan.

*Du grenzt dich also von einem biologischen Essentialismus ab?*

Ja, z.B. von Irigaray, das find ich ziemlich schrecklich.<sup>287</sup>

Ina Wudtke lehnt also einen „biologischem“ Feminismus ab und wendet sich einem soziologisch-gesellschaftlichen Ansatz zu.

Die feministische künstlerische Praxis von *Neid* liegt meines Erachtens in verschiedenen Punkten: Zum einen wird Frauen Raum für künstlerische, literarische und theoretische Arbeiten gegeben und zum andern der Versuch feministische Theorie visuell und akustisch umzusetzen, wodurch Konzepte originaler und fixer Identitäten aufgelöst und in Richtung Vielfalt verschoben werden. Das Hauptinteresse besteht nicht an einem essentiellen, biologischen, sondern einem soziologisch-gesellschaftlichen feministischen Ansatz. Weg von der Biologie und hin zur Gesellschaft wird mit *Neid* sicherlich transportiert. Für *Neid* gibt es keine „weiblichen Spezifika“, denn „Weiblichkeit“ ist konstruiert und künstlich. *Neid* strebt eine Überwindung binärer Oppositionen an und erteilt an männlich und weiblich und den ihr innewohnenden Macht-Hierarchien eine Absage. Über sieben Hefte hinweg schuf *Neid* ein

---

<sup>286</sup> Ina Wudtke, Email, 14.12.1998.

<sup>287</sup> Zobl, Interview.

politisch-persönliches Bewußtsein von Geschlecht (*gender*) als ein ideologisches, das gesellschaftliche Subjekt bestimmende Konstrukt.

### 3.2) *regina*: ein Magazin an der Nahtstelle von Kunst, Comic und Mode

#### 3.2.1) Einführung

Das Magazin *regina* von Regina Möller ist bisher dreimal erschienen. Die Zeitschrift entsteht im Rahmen von Ausstellungen und wird deshalb von den jeweiligen Kunstinstitutionen finanziert und produziert. Die Null-Nummer im Oktober 1994 wurde vom Künstlerhaus Stuttgart (Herausgeberin: Ute Meta Bauer), das zweite Heft im März 1997 vom Kunstverein München (Herausgeber: Dirk Snauwaert) und die bisher letzte Ausgabe vom Mai 1998 von „artranspennine98“ (Gastkuratorin: Iwona Blazwick) produziert. „artranspennine98“ war eine internationale Gruppenausstellung, die sich über die gesamte Pennine Region in Nordengland erstreckte. Die Ausgaben waren von Ausstellungen begleitet: die Einzelausstellungen „regina“, Künstlerhaus Stuttgart e.V., und „Meinen Arbeitsplatz gibt es noch nicht“, Kunstverein München, und als Beitrag für die internationale Gruppenausstellung „artranspennine98“, einer Partnerschaft/Organisation zwischen Tate Gallery Liverpool und Henry Moore Sculpture Trust in Leeds. Ich bezeichne *regina* als Magazin und nicht als Kunst-Fanzine, da hinter der Zeitschrift eine Institution steht, die die Ausgabe finanziert und organisatorische bzw. infrastrukturelle Unterstützung bietet. Dadurch stehen weit mehr Mittel und Möglichkeiten zur Verfügung als bei einem selbst-finanzierten Heft. Für die Kategorisierung als Kunst-Fanzine würde die unregelmäßige Erscheinungsweise sprechen.

Regina Möller, geboren 1962, studierte in München Kunsterziehung, Kunstgeschichte und Mittelalterliche Geschichte und ging dann für einige Zeit (1989-1993) nach New York, wo sie u.a. als Assistentin von Dan Graham arbeitete. Zurück in Berlin, wo sie auch heute lebt, begann sie mit der Entwicklung und konzeptionellen Ausarbeitung von *regina*. Die Künstlerin ist neben der Zeitschriftenproduktion in etlichen Ausstellungen präsent gewesen<sup>288</sup>.

*regina* ist die Fortsetzung der Arbeit „Film“, die Regina Möller auf der „Aperto“-Biennale in Venedig zeigte, und reflektierte ihre Erfahrungen mit New York City, ihren

---

<sup>288</sup> 1993: „Regina Maria Möller“, Forum Stadtpark Prag; „Projekt Unité“, Unité d’Habitation le Corbusier, (Kurator: Yves Aupetitallot); „Emergency“, Aperto – Venedig Biennale (Kurator: Thomas Locher); „Kontext Kunst“, Fabrikhalle und Künstlerhaus Graz (Kurator: Peter Weibel); 1994: „Reproduction“, Galerie Christian Nagel, Köln; „temporary translation(s)“, Sammlung Schürmann, Deichtorhallen Hamburg; „Informationsdienst“, Goethe-House, New York, Palais des Beaux Arts, Brüssel; Vgl.: NowHere, Louisiana Museum of Modern Art, Copenhagen 1996, Band I, S. 156.

eigenen Hintergrund und ihre Ambivalenz mit dem Begriff „KünstlerIn“. Sie stellt sich immer wieder die Frage „was es heißt Künstlerin zu sein“.<sup>289</sup> Ihr Interesse

liegt in der ‚selbständigen Arbeit‘ und der eigenen ‚Identität‘ und ‚Präsentation‘, die sich aus den komplexen gesellschaftlichen Zusammenhängen entwickeln kann und als Stimme wahrgenommen wird. [...] ich hinterfrage die ‚Bildende Kunst‘ als Betriebssystem und ihr Verhältnis zum Alltag, ‚real life‘ und Medien/Politik.<sup>290</sup>

Schon mit „Film“<sup>291</sup>, wo sie Papierflieger mit Comics, Diagrammen und Film Scripts gestaltete, setzte die Künstlerin Signale, daß es ihr „nicht um ein verkaufbares, zur Schau stellendes Objekt bzw. ‚Objekt-Kunst‘ geht, sondern um einen Diskurs, und diesen als ‚Ort‘ zu situieren.“<sup>292</sup> Ihr Anliegen ist, die „Bildende Kunst“ wieder mit der „Außenwelt“ zu verbinden und einem größerem Publikum zugänglich zu machen. Sie bedient sich dabei verschiedener Medien an der „Nahtstelle“ von Kunst und Alltag. Regina Möller schreibt in einem Email-Interview, das ich mit ihr führte:

Es geht mir um einen Austausch, um Wechselbeziehungen, Informationen zu artikulieren und sie zu verbreiten und das bedeutet ein weites Spektrum zu reflektieren, sich damit auseinanderzusetzen und so zu verarbeiten, daß Informationen und die kreative Arbeit auf verschiedenen Levels gelesen werden können.<sup>293</sup>

*regina* bewegt sich an der Schnittstelle von Kunst und Alltag, Kunst und Comic, Kunst und Media.<sup>294</sup> Jede Nummer hat einen Schwerpunkt: Die Null-Nummer thematisierte „Reproduktion“, die zweite „Meinen Arbeitsplatz gibt es noch nicht“ und die dritte Ausgabe „women & production – class & distribution“. Je nach Thema wird die Ausgabe auch inhaltlich strukturiert. In der ersten Nummer gab Regina Möller hauptsächlich schon erschienene Texte in anderem Zusammenhang und Kontext wieder, in der zweiten lud sie AutorInnen zu einem Thema ein und in der dritten gab sie Interviews als Frage/Antwort oder als O-Ton-Erzählung in der „Ich“-Form wieder.

Ist *regina* Regina Möller?

Die Zeitschrift heißt ‚regina‘, ist ‚regina‘ und nicht Regina Möller. ‚regina‘ adaptiert das Format von bekannten ‚mainstream‘ Mode-Zeitschriften, wie ‚Brigitte‘ oder ‚Petra‘. Es ist aber ‚regina‘. Sie läßt sich weder als Mode-Frauen-Zeitschrift, noch als Kunstkatalog kategorisieren. Sie paßt weder in die Schublade der Zines, eines Comics, einer Frauen-Modezeitschrift oder eines Kunstkatalogs. Sie taucht zwar in Zeitschriftenständen auf, ist aber dennoch nicht definierbar. ‚regina‘ – hat auch eine ‚reale‘ Person als Konstante hinter sich. Regina Möller, die hinter jeder Produktion steht. Dennoch, ‚regina‘ ist nicht die persönliche Regina Möller.<sup>295</sup>

<sup>289</sup> Vgl. Möller, Email-Interview, 14.3.1999, s. Anhang.

<sup>290</sup> Ebd.

<sup>291</sup> „Film“, Regie: Regina Möller, Produzent: Fareed Armaly, 1993.

<sup>292</sup> Ebd.

<sup>293</sup> Ebd.

<sup>294</sup> Vgl. ebd.

<sup>295</sup> Ebd.

In der Adaption deutscher Mainstream-Frauenmagazine führte Regina Möller sich selbst als „reale“ Figur ein. *regina* ist jedoch zugleich eine fiktionale Person. Die Grenzen zwischen Fiktion und Realität sind verwischt:

I think my work reflects an era where boundaries between fiction and reality are challenged. I'm part of an era where women approach art practice as an ambivalent option. I am both concerned with definitions and their limits, and with challenging the boundaries of ‚what we should be‘.<sup>296</sup>

Die Künstlerin arbeitet mit Profis aus den verschiedensten Bereichen zusammen: GrafikerInnen, FotografInnen, AutorInnen, StylistInnen u.a. Das Team wechselt mit dem Ort der Herausgabe und wird mit Hilfe der Institutionen zusammengestellt. In reger Zusammenarbeit werden Ideen und Vorschläge für die jeweilige Nummer diskutiert und versucht, Inhalt und Form ideal zusammenzubringen. So hat jedes Heft ein individuelles Layout. Regina Möller betont,

daß ‚regina‘ keine Mimik ist. Ich arbeite mit verschiedenen Profis, ihren Sprachen, know-hows, um Grenzen von Arbeits-/Aufgabenzuteilungen und Produktionen zu dehnen. Für mich ist es ‚kreativ‘ ein ‚cross‘connected reading zu schaffen. Der Prozeß der Produktion von ‚regina‘ macht auch ‚regina‘ mit aus.<sup>297</sup>

*regina* ist kein fixer Charakter, sondern verändert sich in der Zusammenarbeit.

Die Presse bewertet *regina* durchwegs positiv. Sie sprechen hauptsächlich von einem „Frauenmagazin“<sup>298</sup>, einer „Zeitschrift“<sup>299</sup>, einem „Magazin“<sup>300</sup> und einer „Frauenzeitschrift“<sup>301</sup>. Die Kleine Zeitung bezeichnet *regina* als „die vermeintliche ‚Lifestyle‘-Postille“<sup>302</sup>. Einige Zeitungen weisen auf den feministischen Anspruch hin:

[...] Im Innentitel des ‚großen Frühjahrsheftes‘, das anstelle eines Katalogs jetzt als zweite Nummer ihrer Frauenzeitschrift ‚regina‘ erschien, bildet die Künstlerin ein weiteres Bouquet ab; die letzte Seite zeigt als Ausschnitt seine inzwischen verwelkten Blüten. Irgendwo dazwischen steht über der Fotografie einer wuchernden Pflanzenwurzel: ‚Beruf Frau‘. Beruf namens Frau, Frau und Beruf: Möller-Themen, für die sie sich in der Praxis traditionell weiblicher Tätigkeitsfelder umtut, um bei der Überführung in Kunst-Produkte Strukturen aufzudecken und Bruchstellen anzulegen. Regina Möller geht gewissermaßen einen feministischen ‚Flower power‘-Weg vielschichtiger und unaufgeregter Reflexion [...] Am überzeugendsten erfüllt Regina Möller ihren Anspruch einer aus der Isolation gelösten Kunstproduktion im Gebrauchswert und in der vergleichsweise hohen Verteilerquote der neuen Ausgabe von ‚regina‘.<sup>303</sup>

<sup>296</sup> Editorial: Who is regina? In: *regina*, Manchester: Cornerhouse 1998, S. 2.

<sup>297</sup> Möller, Email-Interview.

<sup>298</sup> Z.B. Süddeutsche Zeitung Nr. 65, 19.3.1997, Feuilleton S. 1. Kunstzeitung, Nr.7, März 1997.

<sup>299</sup> Z.B. Neue Zeit, 7.6.1997.

<sup>300</sup> AZ, 11.4.1997, S. 12.

<sup>301</sup> Z.B. Lüneburger Zeitung, Dezember 1994. Pakt, Nr.3, Juli/August 1994, S. 19. Artis, Nr.7, Sept. 1994, S. 48.

<sup>302</sup> Kleine Zeitung, 7.6.1997.

<sup>303</sup> Frankfurter Allgemeine, 16.4.1997.

Die AZ übertitelt ihren Artikel mit „Mehr als seichte Frauenunterhaltung. Regina Möllers feministische Ausstellung im Kunstverein“ und weiter:

[...] Dieses illustrierte Magazin ist im Inneren viel ernsthafter als sein Titel verspricht. Regina Möller hat die äußerlich so schmuseweiche Publikation statt eines Katalogs zu ihrer frauenbewußten Ausstellung im Münchner Kunstverein herausgegeben.<sup>304</sup>

Auch auf den Einbezug feministischer Theorie wird hingewiesen: „In ihre Arbeiten fließen ihre Kenntnisse feministischer Theorie mit ein, ohne daß man einen didaktischen Unterton spüren würde; es ist ihr eher an aufklärenden Momenten denn an propagandistischen Aktionen gelegen.“<sup>305</sup>

Die meisten Pressestimmen weisen auf die multifunktionale Betätigung Regina Möllers als Produzentin, Titelmodell, Organisatorin, und mehr hin und betonen, daß *regina* keine übliche Frauenzeitschrift ist. Hier eine Stimme zur Illustration:

Denn ‚regina‘ ist keine herkömmliche Frauengazette [...] ist ein Kunstprojekt von der gleichnamigen Künstlerin Regina Möller [...]. Sie bildet eine Produktion der Künstlerin Regina Möller, die in der Überschreitung traditioneller Kunstpraktiken die Funktionen von Redaktion, Layout, Produzent, Titelmodell, und Promotion in einem übernimmt.<sup>306</sup>

Im großen und ganzen berichten also nicht nur die Kunstzeitschriften, sondern auch die Tageszeitungen positiv von *regina*. Ich denke, dieser Umstand hängt damit zusammen, daß *regina* im Gegensatz zu *Neid* wesentlich leichter zu entschlüsseln und einzuordnen ist. Ihr Konzept, trotz Komplexität und Vielschichtigkeit, ist klar und als solches formuliert. Zu *Neid* hingegen braucht man/frau einen eigenen Zugang, damit Bild, Text und Ton Sinn zu machen. Deshalb waren die Pressestimmen angesichts dieser nicht-einzuordnenden Publikation sicherlich geteilter Meinung. *regina* taucht in einem Kunstkontext auf und gibt deshalb schon erste Anhaltspunkte. Ihre Ausstellungen in Zusammenhang mit der Herausgabe des Magazins machen ihre Anliegen klar. Inhaltlich findet die Mehrheit sicherlich auch leichter Zugang zu den Themen von *regina* als zu denen von *Neid*.

### 3.2.2) Vorstellung und Analyse der einzelnen Nummern

#### • *regina*. Das große Herbstheft, Oktober 1994

Unter der künstlerischen Leitung von Ute Meta Bauer lud das Künstlerhaus Stuttgart Regina Möller zu einer Einzelausstellung. In der näheren Beschäftigung findet diese heraus, daß das Künstlerhaus bereits eine Zeitschrift, nämlich *Meta* (Herausgeberin: Ute Meta Bauer)

---

<sup>304</sup> AZ, 11.4.1997, S. 12.

<sup>305</sup> Artis, Nr. 7., Sept. 1994.

<sup>306</sup> 21 Zwanzig, Lüneburg, Dez. 1994.

herausgegeben hat und der Ort nicht nur als Ausstellungsfläche, sondern auch als Produktions- und Distributionsort genutzt wurde.<sup>307</sup>

Im folgenden ein Auszug aus dem Editorial dieser Nummer:

‘regina‘ stellt wie alle neuen und populär angelegten Zeitschriften in ihrer Null-Nummer ihren ‚Look‘ vor. Dieser ‚Look‘ beschreibt kein rein ästhetisches Konzept, sondern kombiniert Ansichten und deren spezifischen Ausdruck. Durch den ‚Look‘ wird der adressierten Öffentlichkeit vermittelt, daß hinter der Zeitschrift ‚regina‘ eine Persönlichkeit – im Sinne einer ‚festen Größe‘, die als Garantin inhaltlicher Konstanz funktioniert – steht. ‚regina‘ betont einen Charakter, der sich zwischen den Koordinaten eines fiktiven Konstrukts und einer realen Identität bewegt und sich bewußt deren Wechselwirkung aussetzt.

Beim Lesen der Zeitschrift fällt auf, daß ‚regina‘ mit einer Nahtstelle von zwei Printmedien-Typen arbeitet: dem Comic und dem Modemagazin. Sowohl das Comic als auch das Modemagazin basieren auf dem Bild der sozialen Überzeichnung. Durch die Vertrautheit der Leserschaft mit dem Bild der Vermittlung und dessen Wiedererkennungswert ist eine ‚schnelle‘ Rezeption garantiert. Während das Modemagazin das äußere Erscheinungsbild einer sozialen Konstruktion modelliert, verwertet das Comic dessen repressive Seiten.

Der Untertitel der vorliegenden Zeitschrift ist ‚Reproduktion‘. Thema ist die Publikation, dessen Mechanismen und vor allem der Prozeß der Verbindung eines zeitgenössischen Charakters ‚regina‘ mit den Strukturen traditioneller Frauenzeitschriften wie ‚Brigitte‘ und ‚Petra‘. ‚Reproduktion‘ steht für die synchrone Entwicklung zweier ‚Looks‘: des Charakters ‚regina‘ und der Publikation, die denselben Namen trägt [...]“<sup>308</sup>

Das Magazin bewegt sich zwischen fiktiver und realer Identität, zwischen Comic und Modemagazin.

Das Inhaltsverzeichnis, eingeteilt in Rubriken wie Mode, Familie, Wohnen, Rezepte, Garten, Kultur, Comics, Reise, Berlin, Partnerschaft und Kosmetik, vermittelt auf den ersten Blick den Eindruck einer herkömmlichen Frauenzeitschrift. Die Beiträge selbst beweisen dann das Gegenteil: sehr komplex, lang und in elaboriertem Code geschrieben, sind sie sicherlich nur schwer vom Publikum gängiger Frauenzeitschriften zu verstehen. Auch das Editorial unterscheidet sich von „normalen“ Editorials, da es sehr sachlich und distanziert, fast schon in wissenschaftlichem Jargon, geschrieben ist. Das Heft besteht, wie erwähnt, aus bereits bestehenden Veröffentlichungen, die Regina Möller auswählte und zueinander in Beziehung setzte. Nur das Editorial, Inhaltsverzeichnis und Cover stammen von ihr. Ebenso die Bildauswahl und das Layout, das sie dann mit GrafikerInnen weiter ausarbeitete.

Nun aber zu den einzelnen Rubriken. Beginnen wir mit „Mode“. Zitate verschiedener Frauen über Frauenzeitschriften stehen ein theoretischer Artikel zu Mode („Macht der Kleider statt Krieg der Knöpfe“), ein Bericht zur Frühjahrsmode 1971, über den Designer Martin

---

<sup>307</sup> Vgl. Möller, Email-Interview.

<sup>308</sup> regina. Reproduktion, Stuttgart: Moeker-Merkur, Oktober 1994, S. 1.



Margiela und ein Gespräch mit Heinz Rauner, einem Concept/Grafik Designer, gegenüber. Im Bereich „Familie“ spricht Regina Möller mit ihrer Mutter über ihre Arbeit als Kinderfotomodell, Denise Scott Brown diskutiert sich verändernde Familienformen und deren Auswirkung auf die Architektur, und Alice Schwarzer führt ein Interview mit Renate Riemeck über deren Verhältnis als Vormundschaft und soziale Mutter zu Ulrike Meinhof. „Wohnen“ besteht aus fünf Beiträgen. Es sind dies Artikel über „Isolation und totale Privatheit – Zwangssituationen“, „The Interior of an Interior“ (Alessandro Mendini), die Renovation von „Dan Graham’s 84, Eldrige Street Apartment“ durch die Designer Peggy Anderson und John Knight, die Gestaltung eines Schauraums von VSBA für „Knoll International, New York 1979“ und ein Interview mit Tak Yee Choy über die Werbeaufnahme für eine Küche. „Rezepte“ stammen von Nero Wolfe und Patricia Pond. In „Garten“ geht es um „Haute Gardening. The New Hobby“. Unter der Rubrik „Kultur“ ist ein Interview mit der Comiczeichnerin Shary Flenniken und ein Künstlerportrait von „Cosima von Bonin“, zu lesen. Unter „Comics“ finden wir solche von Roberta Gregory, Jaime Hernandez und BETO. „If you eat the cake, you should pay for it“ über Prostitution in Saigon, darunter Interview mit den Betroffenen, steht im Bereich „Reise“. Der Schwerpunkt „Berlin“ behandelt ein Gespräch mit der Berliner Modekollektion „Molotow“, mit den Modedesignerinnen Angela Herb und Barbara Gebhardt und ein Bericht über die Frauenzeitschrift „Sibylle“ aus der ehemalige DDR. Unter „Partnerschaft“ werden in einem Gespräch mit Claudia Fischer, der Bildungsreferentin der Deutschen Aidshilfe e.V., Frauen und AIDS diskutiert. Einem Gespräch mit der Leichenkosmetik-Visagistin Amico Portes stehen in der Rubrik „Kosmetik“ Inez von Lamsweerde Fotos gegenüber. In „Rubriken“ werden Zitate von Frauen über Frauenmagazine und verschiedene Comics thematisiert. Soweit zu den Rubriken.

Bei *regina* kann man nicht von „Bleiwüsten“ sprechen, da – wie in kommerziellen Frauenzeitschriften – eine Verbindung von Bild und Text angestrebt wurde und sogar eine Mehrzahl an Seiten mit bildlichen Darstellungen festzustellen ist. Was in traditionellen, deutschen Frauenzeitschriften jedoch nicht zu finden ist, sind Beiträge in englischer Sprache. Davon weist „Regina“ gleich 15 – im Vergleich zu 19 deutschen - auf. Auf dem schlichten Cover ist das Gesicht Regina Möllers, leicht geschminkt, mit skeptischen Blick nach seitlich oben zum Titel und verzogenem Mund abgebildet (s. Abb. 13). Der hinterfragende Blick Richtung Titel gibt den/der LeserIn einen ersten Hinweis, daß es sich nicht um eine klassische Frauenzeitschrift handelt.

Mode und Comics sind in dem Heft vorherrschend. Auffallend ist, daß die verschiedenen Bereiche untereinander in Beziehung gesetzt werden und so das Thema von verschiedenen Standpunkten beleuchten. Wechselwirkungen sollen neue Ansätze hervorbringen. Es wird versucht, festgefahrene Kategorien durch eine kontextuelle Betrachtung zu öffnen und für eine komplexe und produktive Diskussion nutzbar zu machen. So wie sich Kategorien auflösen sollen, ist auch *regina* weder als Ausstellungskatalog noch als Frauen-Modezeitschrift kategorisierbar. Sie liegt irgendwo zwischen fiktivem Konstrukt und realer Identität.

• *regina*. Das große Frühjahrsheft, März 1997

Den Titel „Meinen Arbeitsplatz gibt es noch nicht“ trägt nicht nur das Heft Nummer zwei, sondern auch ihre Einzelausstellung im Kunstverein München. Nunmehr *Das große Frühjahrsheft*, arbeitet *regina* ganz ähnlich wie in der Null-Nummer: In verschiedenen Rubriken gibt es Beiträge zu Kunst, Comic und Mode zu lesen. Was soll vermittelt werden? „Keine Polemik, sondern Inhalt.“<sup>309</sup> Und was sagt uns der Titel?

Hinter dem Titel verbirgt sich die bloße Feststellung und Aussprache der Bezeichnung „KünstlerIn“ als Berufssparte und ... PRAXIS ... Organisation, Sekretärin, Schreibkraft, Telefonistin, wissenschaftliche Mitarbeiterin, Künstlerassistentin, Angestellte in Galerie, Fremdsprachensekretärin ... ÜBERSETZERIN ... Idee, Konzept, Organisation, Tippen, Telefonieren, Geschäftsfrau, Koordination, Abwicklung, Ablage, Praxis ...<sup>310</sup>

Es ist nicht ganz klar, ob es sich um den beruflichen Werdegang Regina Möllers handelt, aber ihrer Biographie zufolge ist es jedenfalls möglich. Die meisten angeführten Jobs sind in den Dienstleistungsbereich – einem traditionell „weiblichen“ Arbeitsmarktsektor - einzuordnen und erfordern insgesamt ein Allroundtalent. Die Geschlechterdifferenz spielt aber nicht nur am Arbeits- sondern auch am Kunstmarkt eine Rolle, wie in *regina* in der Sparte „Beruf“ klar wird.

Vorerst eine inhaltliche Analyse: Die Rubriken der Null-Nummer sind durch „Unterhaltung“, „Beruf“ und „Tier“ ergänzt. Entfallen sind „Familie“, „Kultur“ „Berlin“, „Comics“ und „Kosmetik“. Siebzehn Artikel gliedern sich in die neun Bereiche. „Mode“ beschäftigt sich mit identitätsstiftender Funktion von „Mode im Medium Comic“ und der Geschichte der Modephotographie. In der Rubrik „Beruf“ interessieren Regina Möller weibliche Arbeitswelten und deren geschlechtsspezifischen Positionierungen: der Tagesablauf einer Sekretärin, ein Gespräch mit der Autorin Marieluise Fleißer, die für ihren Mann Sekretariatsarbeit erledigte und dadurch selbst kaum Zeit und Energie zum Schreiben fand,

---

<sup>309</sup> *regina*, München: Parat 1997, S. 1.

<sup>310</sup> Ebd.

die Berufswelt der Frauen in Japan, ein Interview mit der Comiczeichnerin Roberta Gregory und ein Bericht über die Filmarbeit mit Ulrike Meinhof. Ein Interview mit der japanischen Musikerin Haco und ein Bericht über das Phänomen kleiner Clubs „Micropolitics at Work“ illustrieren den Bereich „Unterhaltung“. Eine Kurzdarstellung von „Hydrokultur“, unter „Garten“, ist einer ausführliche Studie über die unwürdige Existenz von Tieren im Zoo im Bereich „Tiere“ eingefügt. Das Thema „Baum“ wird in den Licht-Skulpturen von Megumi Yatsugi aufgegriffen, während „Funktional, Flexibel, Produktiv, Attraktiv“ das Bürogebäude thematisiert (beides in der Rubrik „Wohnen“). Wie schon in der Null-Nummer im Bereich „Partnerschaft“ wird der Problematisierung von HIV Raum gegeben. „Reise“ umfaßt diesmal „Preußen - Bayern, München – Berlin“ und „Das Leben einer Frau in Japan“. Ein handgeschriebenes Kochbuch von 1828-29 steht im Mittelpunkt von „Rezepte“.

Während Regina Möller in der Null-Nummer vorhandene Texte zusammenstellte, lud sie in diesem Heft AutorInnen ein, extra Beiträge zu verfassen. Auf dem zeitlosen Cover – ganz ähnlich der Ästhetik einer traditionellen Frauenzeitschrift - ist das Gesicht Regina Möllers zu sehen, ohne Kleidung und Accessoires. Sie blickt nach oben zum Titel. Der Hintergrund ist wie beim vorhergehenden Heft in grau (s. Abb. 14). Auf der ersten Coverinnenseite ist ein blühendes Bouquet abgebildet, auf der letzten ist es verblüht. Dazwischen ist auf einer Doppelseite Erdreich mit einer Wurzel mit der Beschriftung „Beruf Frau“, ähnlich wie in der #2 – nur in Englisch -, zu sehen. Dem Weiblichen werden spezifische Betätigungsfelder, sei es im Beruf oder mit Blumen, von der Gesellschaft zugeschrieben. *regina* unterhöhlt diese Zuschreibungen in ihrem Heft.

Auch hier im zweiten Heft wird eine Vernetzung angestrebt: Z.B. wird „Japan“ in mehreren Kontexten thematisiert, nämlich in „Wohnen“, „Beruf“ und „Reise“. Diese stehen wieder im Zusammenhang mit anderen möglichen Verknüpfungen, z.B. auf andere Länder bezogen. Die LeserInnen sollen so unterschiedliche Bezüge herstellen und nicht nur Einzeltexte konsumieren. Soziokulturelle, ökonomische und geschlechtsspezifische Mechanismen in den Bereichen „Comics“, „Mode“, „Berufswelt“, „Alltag“ und „Kunst“ stehen zur Diskussion.

- *regina*. Special Issue, Mai 1998

Ganz anders sieht die bisher letzte Nummer von *regina* aus: Das Cover diesmal in leuchtendem Blau, blickt eine ernste Regina Möller dem/der BetrachterIn direkt in die Augen. Das Gesicht zeigt sichtlich – im Vergleich zu den vorhergehenden Heften - Spuren des Älter-Werdens (s. Abb. 15). Dazu folgendes Zitat von Regina Möller:

[Das Cover] arbeitet zeitlos. Nichts modisches oder eine Trendvermittlung ist zu erwarten. Die Portrait-Aufnahme ist ohne Kleidung, ohne Accessoires. Das, was ‚Zeit‘

auf dem Cover aufgreift, ist mein ‚Alter‘, älter werden, sich weiterentwickeln/ aufwachsen und damit eine Verbindung zu den Inhaltsseiten, die Rubriken ‚anders‘ thematisieren. Ich bin von daher eher den Psychologien eines Comics verwandt, als dem der Frauen-Mode-Zeitschriften.<sup>311</sup>

Wesentliche Unterschiede liegen außerdem im professionellen Layout und im durchgängigen Farbdruck. Es wurde darauf geachtet, Bild und Text in gleichem Ausmaß einzubringen, oft ist beides gänzlich verwoben und die Grenzen der Kategorien verschwimmen. Das Layout wird der Wechselwirkung von Inhalt und Form ausgesetzt.

Das Editorial ist diesmal in Form eines Interviews von Iwona Blazwick mit Regina Möller. Iwona Blazwick, die Gastkuratorin für die Ausstellung internationaler, gegenwärtiger bildender KünstlerInnen „artranspennine98“ (Kuratoren: Lewis Biggs, Robert Hopper, Programm-Organisatorin: Jemima Pyne) schlug Regina Möller vor, ein weiteres Heft von *regina* zu produzieren. Dazu Regina Möller:

Ich wurde neben 50 internationalen Künstlerinnen für die Ausstellung eingeladen und der Vorschlag kam von Iwona Blazwick [...], daß ich eine weitere Nummer der ‚regina‘ Zeitschrift herausgebe. Es hat mich gefreut, daß ich gezielt auf ‚regina‘ als Kunst-Beitrag angesprochen wurde, außerhalb von Deutschland (die ersten beiden Hefte waren in Deutsch). An der 3ten Nummer habe ich mit Iwona Blazwick eng zusammengearbeitet und es freut mich sehr, wie die Zeitschrift als ‚Beitrag‘ und anders als Produkt für ‚Bildende Kunst‘ gelesen wird und kann.<sup>312</sup>

Von außen kommend, basierte Regina Möller das Heft auf Interviews mit dem Fokus auf Frauen und Produktion sowie Klasse und Distribution: „I’ve been interested in the various generations, jobs and cultural fields that give Britain it’s character.“<sup>313</sup> Bei der Entwicklung und Ausführung der Zeitschrift arbeitete Regina Möller eng mit Einheimischen zusammen. Sie meint dazu: „For the perspective of the character, it was important for me to work with local photographers, designers, etc.“<sup>314</sup> So trugen z.B. Via Communications (Design Production), Manchester, die nötige grafische Sprache zur Umsetzung der Ideen bei. Das Heft umfaßt in erster Linie Interviews, die in Frage/Antwort oder als O-Ton Erzählung in Ich-Form wiedergegeben wurden. Regina Möller und die ortsansässige Joanne McGonigal interviewten 24 Personen in Nordengland.

Die Rubriken wurden durch „Architecture“ und „Farming“ ergänzt. Im Bereich „Fashion“ berichtet Rita Britton über ihr Modedesigngeschäft im ärmlichen Barnsley, Suzy Mason aus Leeds über ihr Accessoire-Kosmetik-Perücken-Mode-Geschäft, das gleichzeitig über Club-Termine und Events informiert. Außerdem ist ein „Summer dress by

---

<sup>311</sup> Möller, Email-Interview.

<sup>312</sup> Ebd.

<sup>313</sup> Editorial: Who is regina? In: *regina*, Manchester: Cornerhouse 1998, S. 3.

<sup>314</sup> Ebd.

EMBODIMENT“, einem Label, kreiert von Regina Möller, zu sehen. In der Sparte „Family“ kommt wieder Suzy Mason zu Wort, die neben ihrem Geschäft eine Club führt, und die beiden DJ's Jack & Jill sprechen über ihre Arbeit und die gemeinsame Familie. DJ Funk Boutique und DJ Stella Stardust knüpfen an die Thematik an (Bereich „Work“). „Women of the Waterfront“ unterstützen ihre Männer, die als Hafenarbeiter entlassen wurden, und entwickelten eine Organisation. „Work“ schließt ein Bericht über die Textilindustrie in Yorkshire ab. Die neue Sparte „Farming“ dreht sich um Erfahrungen und den Alltag im Zusammenleben mit Schafen und Rindern. „Gardening“ erzählt eine Geschichte eines Kindes rund ums Blumensäen und der Gärtnerei. Nächste Rubrik ist „Architecture“: Die Modernisierung von Frauenzeitschriften für die Mittelklasse von 1919-1939 und sozialer Wohnbau sind Thema. Außerdem spricht DJ Inki über die Bedeutung von Architektur in Hulme. „Travel“ beinhaltet ein Statement der Kuratoren der Ausstellung „artranspennine98“, „Recipes“ ein Exzerpt über „Fish & Chips“ und deren Bedeutung für die britische Arbeiterklasse und eine Anleitung zum Kochen von „Sticky Parkin“. Frauen und Soap Operas, sowie eine literarische Erzählung über den Kampf weiblicher DJ's mit ihrem Chef sind Gegenstand von „Entertainment“. Wie in den Heften zuvor, ist HIV Thema von „Partnership“: „Body Positive“, ein Ort für HIV-positive Menschen und deren Freunde und Verwandte, und ein Artikel über Frauen und AIDS werden vorgestellt. „The Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals“, ein Computerspiel mit animierten Tieren und ein Fragespiel rund um Katzen schließen das Heft im Bereich „Animals“ ab.

Diese Nummer stellt ein Netzwerk lokaler Stimmen dar. Die Interviews mit Menschen aus den verschiedensten Bereichen, Interessens-, Arbeitsgebieten und Altersgruppen geben ein lebendiges Bild der Transpennine Region und der dort lebenden Menschen wieder. Essentiell ist dabei der Einbezug ortsansässiger Menschen in die Arbeit, Entwicklung und Inhalte der Zeitschrift.

### 3.2.3) Die drei Ausgaben im Vergleich

Sehen wir uns die drei Hefte im Vergleich genauer an. Was hat sie geändert, inhaltlich und formal? Wie sieht es mit dem Verhältnis von Text und Bild aus? Welche Textsorten kommen vor? Zur besseren Übersicht, nun diese Aufstellung (die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt):

	#0/Okt. 1994	#1/März 1997	#2/Mai 1998
Seiten	112	112	128
Format	27,5 x 21cm	27,5 x 21cm	27,5 x 21cm
Herausgeberin	Regina Möller	Regina Möller	Regina Möller
Preis	39,- DM	29,- DM	10 Pounds
Ort	Künstlerhaus Stuttgart	Kunstverein München	artranspennine 98, UK
Druck	Offset	Offset	Offset
Auflage	1000	1000	2000
Beitragende	24	13	21
Anzahl Artikel	34	17	26
Textseiten <sup>315</sup>	35	36	39
Bildseiten <sup>316</sup>	42	30	37
Bild + Text <sup>317</sup>	31	46	50
Inseratseiten	4	1	2
Farbe	Cover	Cover	durchgängig
Interviews/Gespräche	9	3	3/14 basieren auf Interviews
Artikel	14	13	8 (14 Basis Interview)
Gedichte	-	-	-
Erzählungen	-	-	2
Fotoseiten	34	24	37
Comics	6 (alle engl., 8 S.)	4 (6 S.)	-
Englische Beiträge	15	2	alle

Die ersten beiden Hefte #0 und #1 gleichen sich in Umfang, Auflage und Layout. #2 hebt sich dagegen entscheidend ab: Seitenzahl und Auflage sind gestiegen. Völlig in Farbe entspricht sie eher popkulturellen Zeitschriften. Alle drei sind an Ausstellungen gebunden. Auch der Preis des Magazins entspricht eher einem Ausstellungskatalog, denn einer durchschnittlichen Frauenzeitschrift. Das Cover zeigt jeweils das Gesicht Regina Möllers. *regina* arbeitet sehr stark mit Fotos und Layout, die das Erscheinungsbild prägen. Interessant ist die Entwicklung des Text zu Bild-Verhältnisses: Dominierten zu Beginn Seiten mit bildlicher Darstellung (s. Abb. 16), dann die Seiten mit Text bzw. Bild und Text (s. Abb. 17), so setzten sich schließlich Seiten mit gleichwertiger Verteilung von Bild und Text durch (s. Abb. 18). Der Trend hin zu einem Layout, in dem textliche und bildliche Beiträge verschmelzen, ist abzulesen. Das Layout gehört genauso zum Beitrag, wie der Text oder das Foto selbst. Dafür spricht auch die enge, tagtägliche Zusammenarbeit der Herausgeberin mit den LayouterInnen, FotografInnen und GrafikerInnen.

Eine beliebte Textsorte ist das Interview, vor allem in der letzten Ausgabe, wo fast alle Texte auf Interviews basieren. Während daneben allgemeine, theoretische Artikel die Grundlage bilden, sind Erzählungen kaum (bis auf zwei im dritten Heft) und Gedichte überhaupt nicht zu finden. Der Schwerpunkt liegt eindeutig bei Kunst und nicht bei Literatur. Das Heft zirkuliert ja auch im Kunstkontext, obwohl es auch zum Teil an Zeitschriftenkiosken

<sup>315</sup> reiner oder überwiegend Text

<sup>316</sup> reines oder überwiegend Bild, inkl. Cover

erhältlich (und daher nicht nur für ein Kunst-Publikum bestimmt) ist. Integraler Bestandteil von *regina* sind laut Regina Möller Comics,<sup>318</sup> welche aber nach und nach völlig aus der Zeitschrift verschwinden. Interessant ist auch, daß in der #0 viele englische Artikel inkludiert wurden, in #1 dann kaum und in #2 ausschließlich.

Das von Regina Möller kreierte Label „Embodiment“ zieht sich in unterschiedlicher Form durch die letzten beiden Hefte. Unter diesem Label kreierte sie Kleidung, Vorhänge und anderes und weist damit auf ein weiteres Betätigungsfeld der Künstlerin hin. Auf dem Backcover der #1 ist der Schriftzug „Embodiment“ seriell auf einem Label und im Heftinneren eine kniende Frau auf deren Rücken eine betende Mariengestalt abgebildet ist, darunter das Label (s. Abb. 19) in der zweiten, ebenfalls am Backcover, verschiedene Wurzeln und auf Front- und Backcoverinnenseite jeweils ein Katzenauge mit der Inschrift „Embodiment“ (s. Abb. 20). Das Sommerkleid desselben Labels ist Beitrag im Heftinneren und mit Zitaten von Elisabeth Wilson kommentiert:

Fashion is more than dress and image. Fashion has to do with cultural shifts. Fashion is ambivalent – for when we dress we wear inscribed upon our bodies the often obscure relationships of art, personal psychology and the social order.<sup>319</sup>

Diese Aussage illustriert den Zugang Möllers zu Mode recht schön, aber dazu später.

### 3.2.4) Themen: Mode, Comics, Alltag und Kunst

In diesem Kapitel möchte ich auf die Hauptthemen von *regina* eingehen. Da sich das Magazin an der Nahtstelle von Kunst und Mode, Kunst und Comics, Kunst und Alltag verortet, möchte ich hauptsächlich diese Themen behandeln.

#### • Mode

Mode wird in verschiedenen Kontexten thematisiert: Es werden (junge) ModedesignerInnen vorgestellt. In der #0 Martin Margiela, Dries van Noten und „Nix Design“ (Angela Herb und Barbara Gebhardt) und in der #2 „tortoise“ (Mark Wilks). Dazu gibt es Texte mit Leuten, die mit Mode entweder im Verkauf (Designergeschäfte) oder als Grafiker/Konzept zu tun haben. Interessant ist z.B. das Geschäft von Suzy Mason in Leeds, die für ihren Club ein Büro brauchte, sich aber statt eines klaustrophobischen Büroraumes ein Mode-Accessoire-Geschäft für beide Geschlechter (z.B. Make-up für Männer) einrichtete, das zugleich als Kommunikationstreffpunkt dient. Während „Molotow“ ausschließlich Berliner Modedesigner aufnimmt, kann „Pollyanna“ junge und sehr bekannte Designermode (z.B. Comme des

---

<sup>317</sup> gleichwertig Bild und Text

<sup>318</sup> „regina“ ist eine Nahtstelle zwischen Kunst, Comic und Mode – eine Interaktion von Kunst und Alltag.“ Möller, Email-Interview.

Garcon) verkaufen, da im Norden Englands keine Konkurrenz besteht. Dritter Teil sind theoretische Texte zu Mode. Textilindustrie im Norden Englands, Comiczeichnungen als Modeillustrationen, Modedefotografie, die Möglichkeit der bewußten Inszenierung durch Mode für Frauen, die DDR-Frauenzeitschrift „Sybille“ und eine Fernseh-Moden-Schau aus dem Jahr 1971 sind Thema.

Diese Beiträge sind aber nicht nur in der Rubrik „Mode“ zu finden, sondern auch in anderen, wie z.B. „Berlin“ oder „Work“. Die Bereiche überschneiden sich aber auch, wie das Beispiel des Textes über das Medium Mode in Comics zeigt. „Mode“ und „Comics“ ergänzen einander und stehen in Wechselwirkung. Dies hat zur Folge, daß die, durch die Einteilung in Rubriken, scheinbaren, festgelegten Kategorien, verschoben und aufgelöst werden.

- Comics

Bei den Comics sieht es ähnlich aus. Die Rubrik „Comics“ existiert nur in der #0. Dort sind Comics dreier Zeichnerinnen abgebildet. Alle arbeiten mit weiblichen Protagonistinnen. Die beiden amerikanischen Comiczeichnerinnen Shary Flenniken und Roberta Gregory sprechen über ihre Herkunft, die Geschichte der Comics, sowie über Frauen und Comics, einmal unter dem Bereich „Kultur“, im zweiten unter „Beruf“. Kurze Kommentare in der #0 von der Feministin Shulamith Firestone über geschlechtsspezifisches Lesen von Comics, ein Auszug über die Lesemöglichkeiten von Donald Duck und ein Gespräch mit Heinz Rauner über sein Knoll‘nasenmännchen ergänzen diesen Teil. Unabhängig von Interviews oder anderen Texten sind in der #1 und #2 keine Comics mehr zu finden. In der letzteren findet man Comics als Layout. Es werden allerdings keine Comic-KünstlerInnen vorgestellt.

- Alltag

Unter Alltag werde ich einige Rubriken zusammenfassen: Darunter fallen „Familie“, „Wohnen“, „Rezepte“, „Garten“, „Reise“, „Partnerschaft“, „Kosmetik“, „Beruf“, „Farming“, „Tier“ und „Unterhaltung“.

In „Familie“ erzählen Eltern über ihre Familie, ihr eigenes Kindsein und die Vereinbarkeit von Familie und Arbeit. Es sind durchwegs persönliche, aber sehr unterschiedliche Berichte, in denen sich verändernde Familienformen und deren Auswirkungen auf die Architektur, die Vereinbarkeit von DJ'ing und Familie oder etwa ein (realisierter) Kindheitstraum von einem „Independent Club“ von vorwiegend Frauen thematisiert werden. Ulrike Meinhofs Geschichte steht durch ihre soziale Mutter und Vormundschaft Renate Riemeck ebenfalls zur Debatte. Regina Möller, einstmals

---

<sup>319</sup> In: regina 1998, S. 16f.



Kinderfotomodell, befragt z.B. ihre Mutter darüber, und bringt so ihre persönliche Position ein – auch in Relation zum Titelbild.

In „Wohnen“ werden Architektur (z.B. Dan Grahams Wohnungsrenovation oder Innenarchitektur von Alessandro Mendini), Wohnbau und Wohnsituation eingebracht. Überraschenderweise ist auch der wissenschaftliche Artikel über die Geschichte der Frauenzeitschriften 1919-39, ebenfalls in dieser Sektion untergebracht. Dies ist ein weiteres Beispiel für die Kontextualisierung der Themen in *regina*. Der Bericht eines DJ in Nord-England über die Musikszene, sowie die dortige absteigende Architektur und Wohnungssituation und die Werbeaufnahmen einer Chinesin für eine führende Küchenmarke, deuten z.B. ebenfalls darauf hin. „Wohnen“ ist nicht nur Architektur, sondern auch Lesen, Musik und Kunst. Für letzteres sprechen die Licht-Skulpturen von Megumi Yatsugi.

In allen drei Heften ist Thema von „Partnerschaft“ Frauen und HIV-positiv. Im Vordergrund stehen die Behandlungsformen gegen die HIV-Infektion, Organisationen für HIV-Infizierte und die grundsätzliche medizinische, psychologische und soziale Versorgung. Der historisch anderen Rolle der Frauen und damit auch der Kinder gegenüber infizierten Männern wird besonderes Augenwerk geschenkt. Die Forderung des Artikels in der Null-Nummer nach Kolumnen in Frauenzeitschriften zum Thema „Frauen und AIDS“ wird in #1 und #2 eingelöst.

Der Beruf „Frau“ steht unter „Beruf“ zur Diskussion. Geschlechtsspezifische Berufe, wie der der Sekretärin, werden aus den unterschiedlichsten Perspektiven und Textsorten unter die Lupe genommen. Der Tagesablauf einer Sekretärin, Interviews mit Sekretärinnen und einem Sekretär, sowie die historische Entwicklung des Berufes und eine Lexikadefinition werden einander gegenübergestellt und entwickeln so ein Netzwerk von unterschiedlichen Bedeutungen. Dasselbe geschieht z.B. in Heft #2, wenn zwei weibliche DJ's über ihre Tätigkeit sprechen. Einer Vielfalt an Stimmen, die dasselbe Thema beleuchten, wird der Vorzug gegeben: Frauen in Japan, China, Amerika, Deutschland und England, als Autorinnen, DJ-Frauen, Protestierende, Sexarbeiterinnen, Hausfrauen, Sekretärinnen, Filmemacherinnen, Designerinnen, Geschäfts- und Clubbetreiberinnen, Mitarbeiterinnen von diversen Organisationen, Comiczeichnerinnen, Künstlerinnen, Musikerinnen, Architektinnen, Visagistinnen, Fotomodelle, Wissenschaftlerinnen, Bäuerinnen u.a.

So diverse Themen wie Sexarbeit in Vietnam, illegal, ohne Kondome und zu teure HIV-Tests, das Leben einer Frau in Japan zwischen Hausarbeit, Kinderbetreuung und Finanzverwaltung, und der Wetteifer um die Vormachtstellung zwischen Bayern und Preußen laufen unter der Rubrik „Reise“. Letzter genannter Artikel dürfte im Zusammenhang mit der

Ausstellung und Herausgabe von *regina* im Künstlerhaus München stehen. Auch der Entstehungsort wird mitthematisiert.

Kleine Clubs, die japanische Experimental-Musikerin HACO, Soap Operas in England und Amerika sind Inhalte von „Unterhaltung“. Clubs stehen in einem theoretischen Artikel (#1) und in einer Erzählung über weibliche DJ's im Mittelpunkt und werden so aus einem unterschiedlichen Blickpunkt betrachtet. Dasselbe „Rezept“ der Gegenüberstellung von theoretischem Text (Hydro-Kultur und Haute Gardening) und Erzählung (von einem Kind über die Blumenaufzucht) wurde in „Garten“ verwendet. In „Rezepte“ sammeln sich lokale Rezepte und (historische) Kochbücher. „Kosmetik“, nur in der #0 eine eigene Rubrik, geht auf die Leichenkosmetik und bearbeiteten Fotos von Inez von Lamsweerde ein. „Tier“ weist auf die grausame Behandlung in Zoos und Tierschutzorganisationen hin. „Farming“, unter Berücksichtigung der lokalen Umstände in Nordengland ein eigener Bereich in der #2, behandelt die bäuerliche Arbeit aus der Perspektive von Bäuerinnen mit Schaf- und Kuhherden und deren wirtschaftliche Aussichten.

Ganz anders als in kommerziellen Frauenzeitschriften wird hier der Alltag dargestellt. Kreative und aktive Frauen in den unterschiedlichsten Berufen und Orten werden in *regina* vorgestellt. Damit wird ein traditionelles Frauenbild unterwandert. Gleichzeitig werden Geschlechtsspezifika und deren gesellschaftliche Stellung direkt diskutiert. Unter denselben Rubriken wie in den Mainstream-Frauenmagazinen, kommen ganz andere Dinge zu Sprache als man/frau erwartet. Formal arbeitet *regina* zwar mit einer ähnlichen Ästhetik, aber unterscheidet sich inhaltlich wesentlich.

- Kunst

„Kunst“ ist keine eigene Rubrik sondern steht in Zusammenhang mit den verschiedensten Bereichen: Mode, Architektur, Comics, Unterhaltung und Beruf, um nur einige zu nennen. Bleibt nur mehr der Bereich „Kultur“ in Heft #0 unter all den Rubriken, die in direktem Zusammenhang mit „Kunst“ stehen. Dort geht es um ein Interview mit der amerikanischen Comiczeichnerin Shary Flenniken und ein Künstlerportrait von Cosima von Bonin.

Es geht nicht um „Hohe Kunst“, sondern um einen künstlerischen Zugang zu den Themen. Die Kreation der fiktionalen Figur *regina*, basierend auf der Identität der Künstlerin Regina Möller, ist eine künstlerische Praxis. Informationen, Berichte, Interviews, Comics und Fotos können auf verschiedenen Levels gelesen werden. Die künstlerische Arbeit besteht in der Konzeption, Auswahl, Zusammenstellung und Ausführung. Damit formuliert Regina Möller ein Modell, das nicht einem Individual- und Geniekünstler entspricht, sondern auf

Teamarbeit und Zusammenarbeit basiert. Sie greift auf Profis in dem jeweiligen Gebiet zurück und erarbeitet mit ihnen gemeinsam die aktuelle Ausgabe, ist aber dennoch selbst ‚Redaktion‘. Damit wird ein traditionelles Künstlerbild unterwandert. Sie versucht eine Verbindung zwischen Alltag und Kunst, größerem und Kunstpublikum herzustellen. Die Künstlerin selbst steht dabei im Hintergrund:

Ich stehe dabei – mit meinem Einsatz/Interesse und Wollen – nicht unbedingt im Vordergrund. Ich arbeite auch im Hintergrund. Wichtig ist mir, daß die Charaktere sich formulieren und ein Anliegen da ist, das sich nicht in die Tradition des ‚selling‘ objects begibt. Es geht mir nicht um ‚Ausstellungen‘ um ‚auszustellen‘. Ich will keinen weiteren ‚show-room‘ als ‚display‘.<sup>320</sup>

Weder Kunstkatalog noch traditionelle Frauenzeitschrift, weder Dokumentation noch Fiktion, bewegt sich *regina* in einem Zwischenraum. Regina Möller bezeichnet ihr Vorgehen und Verlangen als „Nahtstelle“ und „Grey-Zone“: „Nahtstelle – Grey-Zone ist auch das Feld, das Ich als meinen ‚Arbeitsplatz‘ strukturieren und formulieren will, der in einem ‚scheinbar‘ identifizierbaren Modus operiert, aber noch nicht definiert ist.“<sup>321</sup> Sie wehrt sich gegen jede Kategorisierung und Rubrikeneinteilung ihrer künstlerischen Arbeiten:

Abgesehen von ‚regina‘-Zeitschrift sind auch sämtliche meiner ‚künstlerischen‘ Arbeiten ‚Nahtstellen‘ zwischen Kunst und Alltag. Ich stehe Definitionen und deren Limitierungen sehr ambivalent gegenüber und das haben alle meine künstlerischen Arbeiten gemeinsam. Sie lassen sich nicht leicht kategorisieren, sind aber identifizierbar.<sup>322</sup>

*regina* ist ein künstlerisches Projekt, das aus dem und im Kunstkontext entstanden ist und auch dort rezipiert wird. Aber die Zielgruppe der Zeitschrift ist eine größere:

‘regina’ arbeitet von innen nach außen. Sie wird innerhalb des Kunstkontext produziert, aber auch, wenn auch noch selten, an Kiosken distribuiert. Das Publikum in einer Kunstinstitution wird genauso überrascht sein wie ein Publikum am Kiosk. Es ist sicherlich keine wissenschaftliche Publikation in dem und dem Fachgebiet, aber es greift, wissenschaftliche Texte von Autoren und Autorinnen, die in bestimmten Zielgruppen nur gelesen oder wahrgenommen werden, auf. Es ist eine Collage und eine eigene Identität. ‘regina’, die kommuniziert, informiert und unterhält. Für mich gibt es die Grenzen von Alter und damit verbundenen ‚Wissen‘ nicht, wenn es keine Kommunikation gibt. Ich arbeite mit Personen, die sind z.T. jünger oder auch wesentlich älter als ich. Ich kommuniziere und bin neugierig für sämtliche Altersgruppen. Ich beobachte z.B. gerne Teenager. Ich mag ihre Rebellion, aber gleichzeitig, sehe ich mich selbst, wie ich meine Erfahrung in dieser Rebellion nicht wiederfinden kann. Aber, sie setzen Zeichen und das werde ich nicht aufgeben zu beobachten und mit ihnen auszutauschen.<sup>323</sup>

---

<sup>320</sup> Möller, Email-Interview.

<sup>321</sup> Ebd.

<sup>322</sup> Ebd.

<sup>323</sup> Ebd.

Das Magazin als Ort, an dem Arbeit, Unterhaltung, Häuslichkeit, Kreativität, Sexualität und Politik zusammenkommen. Regina Möller wünscht sich einen solchen Ort ebenso in der Kunst:

I would like to see this kind of space developing within production and reception of art. A range of professionals come together who are defined by categories; and I want to reveal new perspectives that exist within these boundaries, or cause them to cross over, to interface with each other.<sup>324</sup>

Damit verkörpert Regina Möller einen neuen KünstlerInnentypus: Sie selbst übernimmt alle möglichen Aufgaben, gibt aber zugleich Funktionen an Profis ab. Sie ist somit gleichzeitig Einzelkünstlerin und auch wieder nicht, da es sich um ein kollektives Produkt handelt. Gleichzeitig sind die klaren Grenzen zwischen ihren einzelnen Funktionsgebieten verschwommen. Außerdem versucht sie, das „normale“ Publikum mit gesellschaftlich relevanten Problemen, und Themen zu denen ihr Publikum Bezug hat, anzusprechen. Regina Möller propagiert damit einen neuen Kunstbegriff einer sozialkritischen, publikums- und realitätsbezogenen Kunst.

### 3.2.5) feministische künstlerische Praxis

Nachdem ich schon auf die künstlerische Praxis Regina Möllers eingegangen bin, möchte ich mich hier auf ihre feministische Praxis konzentrieren. In der Zeitschriftenproduktion reflektiert Regina Möller, was es heißt eine „Künstlerin“ zu sein: „It’s a way of working out a format, searching for a way to provide contemporary parameters for the issues around being a women artist.“<sup>325</sup> Es geht ihr primär um die Verbindung von Comics und Frauenzeitschriften und deren psychologischen Reflexionen was „Frauen“ sind:

[...] it’s [...] about splicing the comic and the women’s magazine and the two psychological reflections they offer on what ‚woman‘ is, through a variety of possible plots, thoughts, ideas. For women working as artists, there is still the issue of what language to use. So I work in relation to what is supposedly our ‚nature‘. Also within the current context of the mass media, ‚regina‘ magazine takes its place on the magazine shelves; it’s identifiable but not easily categorised. The focus I offer seems more accurate, more real, than the ‚world view‘ offered by stereotypical women’s magazines.<sup>326</sup>

Die feministische künstlerische Praxis Regina Möllers besteht meiner Meinung nach in mehreren Faktoren, nämlich der bewußten Reflexion des Begriffs „Künstlerin“, der Sichtbarmachung weiblicher Lebensrealitäten, der Bereitstellung von „Raum“ für Frauen durch Reflexion und Information sowie im Einbezug direkter Stimmen von Frauen. Die

---

<sup>324</sup> Editorial: Who is regina? In: regina, Manchester: Cornerhouse 1998, S. 3.

<sup>325</sup> Ebd. S. 2.

<sup>326</sup> Ebd.

Zeitschrift stellt ein alternatives und komplexes Sprachrohr fernab des Modehaus-Konsum-Geschäfts dar und unterläuft durch fundierte Berichte das herkömmliche Medium der Frauenzeitschriften.

Die Vielfalt weiblicher Stimmen in den verschiedensten Medien und die Präsentation aktiver, kreativer und unkonventioneller Frauen bestimmt das vermittelte Frauenbild. Dem traditionellen Frauenbild werden so andere, „alternative“ Modelle gegenübergestellt. Das Format des Frauenmagazins nach dem Muster von *Brigitte* oder *Petra* wird durch inhaltliche Komplexität und Integrität unterlaufen, ist aber trotzdem für ein größeres Publikum verständlich. Obwohl die Einteilung in Kategorien eine Anlehnung an diese Frauenzeitschriften erwarten ließen, sind die Themen und die Art der Präsentation ganz andere. Obwohl es wie in *Neid* um „Identität“ geht, steht hier nicht Geschlechtsidentität (wie in *Neid*), sondern Identität in gesellschaftlichen Zusammenhängen im Vordergrund – und ist wohl deshalb für einen größeren LeserInnenkreis lesbar und leichter einzuordnen. Insgesamt ist *regina* für mich eine gelungene Verwirklichung feministischer künstlerischer Praxis.

### 3.3) Comic-Zines

Comics veranschaulichen das Geschehen durch eine Abfolge von Bildern, wobei das Wort eine weniger dominante Rolle spielt bzw. überhaupt auf Text verzichtet wird. Eine allgemeingültige Definition ist aufgrund der Bandbreite künstlerischer Ausdrucksformen schwer möglich. Folgendes nur kurz zur Entwicklung der Comics: Ende des 19. Jahrhunderts wurden Comic-Strips in den USA in Form von Zeitungsbeilagen erstmals veröffentlicht (*The Yellow Kid*, *The Katzenjammer Kids*). Sie sind im Anschluß an die Technik des Kinematographen entstanden. Ihren ersten Höhepunkt erlebten sie in den dreißiger Jahren. Die ersten Comic-Hefte mit klassischen Serienhelden (*Prince Valiant*, *Tarzan*, *Flash Gordon*) erschienen. Das Medium wurde in der Folge massiv kommerzialisiert und sein Stil davon bestimmt. Obwohl Comics als eine der primitivsten Formen von Trivialliteratur gelten, werden sie seit den siebziger Jahren zunehmend als autonome Kunstform anerkannt und begegnen wachsendem künstlerischem und wissenschaftlichem Interesse. Sie sind zum Großteil witzig erzählte Geschichten, sogenannte „funnies“, oft mit ProtagonistInnen in Tiergestalt. „Funnies“ verbunden mit Gesellschaftssatire sind z.B. *Mickey Mouse* und *Donald Duck* von Walt Disney, *Peanuts* von Charles Schulz oder *Asterix* von Albert Uderzo und René Goscinny. Realistisch gezeichnete Comics sind etwa die Superheld-Geschichten *Superman* oder *Batman*. Es werden nicht nur Kinder angesprochen, sondern mit Undergroundcomics und erotischen Comics hauptsächlich Erwachsene. Comics werden auch in der Werbung und

zu Informationszwecken eingesetzt (Sachcomics).<sup>327</sup> Bekannte Comiczeichnerinnen sind etwa Roberta Gregory oder Jaime Hernandez. Zuletzt (1998) erschien bei Jochen Enterprises *Fräuleinwunder XX* Nr. 1 mit einer Sammlung von Comics von weiblichen Zeichnerinnen, darunter sind u.a. Lilian Mousli, Charlotte Brinkmann und Anke Hellmich.

In den Comic-Fanzines besteht die Möglichkeit unabhängig von etablierten Comics in Eigenregie zu veröffentlichen.

**underground** Comics produced outside of the main distribution and publishing network. Some are drug or sex related, while other merely would not justify large print runs. They are, in many cases, self-published and range from excellent to terrible. Sometimes referred to as ‚comix‘ or ‚small press‘.<sup>328</sup>

Ein eigener Stil kann kreiert werden, Inhalt und Form sind aus der Lebenswelt der MacherInnen entlehnt. Wegen der geringen Kosten sind Experimente möglich und leichter durchzuführen. Nach Meinung Neumanns wird die Comicszene heute großteils von ehemaligen FanzinerInnen bestimmt.

Zu meinem Thema „feministische künstlerische Praxis am Beispiel von Magazinen und Zines“ habe ich drei Comiczeichnerinnen– Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker – ausgewählt und möchte im folgenden ihre Comic-Zines vorstellen. Natürlich ist die Vielfalt der Comics bei weitem nicht abgedeckt, doch erscheinen mir die Comics von Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker besonders geeignet, das Thema meiner Arbeit zu veranschaulichen.

### 3.3.1) *Politcomix NO* von Linda Bilda

#### 3.3.1.1) Einführung

Linda Bilda studierte an der Universität für Angewandte Kunst in Wien Bühnen- und Filmgestaltung und ist in den Bereichen Malerei, Bildhauerei und Textproduktion tätig. Von ihr stammen das Fanzine *Artfan* (1991-95) und seit 1997 *Die weiße Blatt*. In diesem Rahmen möchte ich das *Politcomix NO* behandeln. 1982 schloß sie außerdem eine Buchhändlerlehre ab. Linda Bilda lebt und arbeitet in Wien.

Bilda's *Politcomix NO* ist in Anlehnung an die in den 50/60er Jahren in New York tätige jüdische Künstlergruppe *NO* und an das japanische *NO Theater* entstanden.<sup>329</sup> Den Grund für die Herausgabe des Comics formuliert Linda Bilda so: „Das *NO Comics* deckt in seinem Genre Themen auf und macht dadurch Propaganda für eine fortschrittlichere

---

<sup>327</sup> Vgl. Braak, Ivo/Neubauer, Martin: Poetik in Stickworten. Literaturwissenschaftliche Grundbegriffe. Eine Einführung, 7. Aufl. Unterägeri: Hirt 1990, 233f.

<sup>328</sup> Sassiene, Paul: The Comic Book. The *One* Essential Guide for Comic Book Fans Everywhere, London: Ebury Press 1994, S 186.

<sup>329</sup> Vgl. Bilda, Linda: Email-Interview, 22.2.1999, s. Anhang.

Gesellschaftsform.“<sup>330</sup> Die Hefte, in der Auflage von 900-1000 Stück, haben einen frauenspezifischen und tagespolitischen Schwerpunkt. Den Kunstkontext sieht Linda Bilda als ihren „Arbeitsmarkt, von dem aus ich mich mit anderen Gruppierungen, Projekten verbinde.“<sup>331</sup>

### 3.3.1.2.) *Politcomix NO. Comix für Erwachsene und Andere*

Die erste Nummer von *Politcomix NO* erschien 1996 im Rahmen der Ausstellung „NowHere“, im Louisiana Museum of Art, Dänemark, auf die ich später noch näher eingehen werde. Linda Bilda, sowie andere Frauen aus diversen kulturellen Feldern, wurden von der Kuratorin Ute Meta Bauer eingeladen, ein Zine zum Thema „die mediale Repräsentation von Frauen“ zu gestalten. *Politcomix NO* Nr. 1 besteht aus einer beidseitig bedruckten A3-Doppelseite. Der Text ist englisch und trägt ein „cut-and paste“-Erscheinungsbild.

Die Geschichte ist schnell erzählt: An Board einer Concorde befinden sich drei der wichtigsten Männer der Welt: Bill Clinton, Boris Yeltsin und Helmut Kohl sowie deren Sekretärin Claudia. Das Flugzeug stürzt ab (s. Abb. 21). Die drei und Claudia sind die einzig Überlebenden. Claudia beschließt ob der Hilflosigkeit der Staatsmänner die Initiative für ihre Rettung zu übernehmen. Helmut Kohl wird von eine Viper in die Nase gebissen, Claudia leistet erste Hilfe (und schneidet ihm die Nase ab). Nach einem langen Marsch badet Boris Yeltsin seine Füße und wird dabei von Blutigeln befallen. Claudia entfernt diese schnell mit Alkohol, kann aber die Herzattacke und den Tod Yeltsins nicht verhindern. Clinton folgt Claudia auf ihrem Weg ins Gebüsch und will von ihr einen Kuß haben. Claudia wehrt sich. Ein Panther schleicht sich an den weinenden Clinton heran und überfällt ihn. Claudia kann zwar den Panther verjagen, aber Clinton stirbt trotzdem an seiner Verwundung. Claudia gibt nicht auf und erreicht Hilfe, welche tags darauf ankommt und die beiden abholt. Kohl erzählt der Presse von seinem Glauben an die Rettung, seiner Geistesgegenwärtigkeit und inneren Stärke, durch die sie gerettet worden seien. Die Nachrichten melden sensationelle Neuigkeiten: „Helmut Kohl saves himself and his secretary from certain death!“

1997 gab Linda Bilda die Nr. 2 von *Politcomix NO* heraus. Auf 28 Seiten (Comix 24 Seiten) im A4-Format erzählt sie die Geschichten von „Mia und Phil“ (S 1-14) und „Die Macht der Spinne“ (S 15-24). Das Cover erscheint in Vier-Farbendruck (rot/gelb/schwarz/weiß) und zeigt eine Frau, die eine Spinne zeichnet und das Gesicht eines Mannes (s. Abb. 22). Am Backcover sind in ein gelb-geschriebenes „NO“ Spinnen, Käfer und andere Insekten gezeichnet (s. Abb. 23). Auf der Innenseite von Front- und Backcover

---

<sup>330</sup> Ebd.

<sup>331</sup> Ebd.

befinden sich zwei weitere Comics. In „Franz & Co“ kommt ein arbeitsloser Mann auf die Idee sich als Franz Klima, dem neuen Bundeskanzler auszugeben, um so zu Geld zu kommen. Im zweiten bietet ein Antiquitätenhändler jemanden alle möglichen Möbelstücke an, bis er schließlich wütend wird, da sein Klient nichts kaufen will. Dieser wollte sich aber nur nach dem neuen Einkaufszentrum erkundigen.

Nun zu den eigentlichen Geschichten von „Mia und Phil“ und „Die Macht der Spinne“. Beginnen wir mit „Mia und Phil“. Mia arbeitet schwer in einem Recyclinghof. Sie fährt nach Hause zu ihrem Mann Phil und erhofft sich einen netten Abend. Statt dessen ist Phil verärgert, weil sie immer so spät nach Hause kommt. Phil meint, er würde den ganzen Tag putzen, kochen und auf sie warten, etwas vermessen da die beiden ein automatisches Putzgerät besitzen und Lieferspeisen essen. Phil läuft weg und bemitleidet sich selbst. Er besucht seinen Freund Tom, ebenfalls gestreßter Hausmann, während seine Frau das Geld verdient. Auf Anraten Toms geht Phil in die Männerrunde, wo über Emanzipation diskutiert wird. Er verläßt mit einem andern Mann die Runde. Sie fühlen sich allein auf der Straße nicht wohl und kehren „Zur kleinen Maus“ ein. Der Mann erzählt ihm von seiner überaus erfolgreichen Frau. Während sie ihrem Beruf nachgeht, paßt er auf die Kinder auf. Die beiden beschließen, daß sie etwas ändern und von ihren Frauen unabhängig werden müssen. Phil bewirbt sich darauf um Arbeit. In der Zwischenzeit macht sich Mia Sorgen um ihren Mann. Auf der Suche nach ihm, wird sie auf der Straße von drei Männern überfallen, die versuchen sie zu vergewaltigen. Doch sie kann sich schließlich wehren. Phil findet trotz seiner schlechten Ausbildung eine Arbeit und kehrt zuguterletzt zu Mia zurück. Er hat somit den ersten Schritt zu seiner Emanzipation getan. Die beiden versöhnen sich.

Nun zum zweiten Comic: „Die Macht der Spinne wird brechen“. Eine Ameise wird geboren. Die Ameisen und anderen Insekten werden von der Spinne bedroht und ihren Spinnennetzen gefangen. Eine Gruppe von Revolutionären ruft zum Widerstand auf, heiße Diskussionen über Gewalt und Ziele einer Revolution folgen. Sie formieren eine Armee und greifen die Spinnen an. Ein Massaker durch die Regierung folgt. Die Übergriffe gegen die Bevölkerung nehmen zu. Die Insekten geben auf.

Linda Bilda arbeitete hauptsächlich in s/w und in der üblichen Comic-Manier mit Dialogtexten als integralen Bestandteil des Bildes (Sprechblasen), lautmalenden Wörtern (z.B. rrratsch, Aahhh), Gestaltung der Schrift (Verdeutlichung der Lautstärke durch Größe und Stärke der Buchstaben), Dynamisierung des Bildes durch Geschwindigkeitslinien (action lines) und Symbolen. Während *Polticomics NO* Nr.1 noch ein „cut and paste“-Erscheinungsbild mit Handzeichnungen und daraufgeklebtem Text hat (vgl. Abb. 21), wurde



die Nr. 2 am Computer gelayoutet (Abb. 25). Die Ästhetik ist deshalb eine andere, obwohl die Zeichnungen der Figuren ähnlich sind. Völlig unterschiedlich in Form und Inhalt sind das erste und letzte Comic der Nr. 2.

### 3.3.1.3) feministische künstlerische Praxis

In *Politcomics NO* Nr. 1 sind die Männer zwar Repräsentanten der Macht, aber handlungsunfähig und in einer fremden Umgebung lebensunfähig. Die Frau hingegen, deren Name und Aussehen die Assoziation mit Claudia Schiffer zulässt, ist kreativ, erfinderisch, spontan und geistesgegenwärtig. Die Vereinnahmung der Leistung von Frauen durch Männer zugunsten ihrer (Macht-)Position ist ein bekanntes Phänomen und wurde in dem Comic thematisiert. Die sexuelle Annäherung Bill Clintons greift dem Geschehen Jahre später voraus. Das gesamte Comic ist - wie *Politcomics NO* Nr. 2 - geprägt von Ironie.

In „Mia und Phil“ entsteht die Absurdität durch die totale Rollenumkehr von Mann und Frau. Frauen sind im Beruf erfolgreich, mobil und selbstsicher. Die Männer dagegen bleiben zu Hause, passen auf die Kinder auf, machen Hausarbeit, fühlen sich minderwertig und durch den Erfolg der Frauen verunsichert. Dennoch ist trotz der Rollenumkehr die Straße für Frauen gefährlich und Vergewaltigung möglich und real. Die Frau kann sich zwar wehren und die Männer in die Flucht schlagen, dennoch bleibt das Faktum sexueller Gewalt, das selbst durch eine „verkehrte Gesellschaft“ nicht beiseite geschafft werden konnte. „Die Macht der Spinne wird brechen“ ist ein politisches Comic, in dem es um den Widerstand der Unterdrückten gegen die Machthabenden geht.

Die Verbindung zum Feminismus sieht Linda Bilda so:

Da mir die Gesellschaft, die ihre Mitglieder ungleich behandelt widerstrebt, unterstütze ich alle Ziele der Frauenbewegung und auch Projekte darin. Mir schien Comics ein adäquates Mittel, da oft Klagen über die Ernsthaftigkeit der Diskussionen von verschiedener Seite kamen. Eine Selbstorganisation bzw. Selbstverwaltung ist mir sehr wichtig auch in einem größeren Zusammenhang als dem künstlerischen (siehe Anarchismus).<sup>332</sup>

Die Comics nehmen zu aktuellen politischen und gesellschaftlichen Geschehen Stellung. Linda Bilda thematisiert vor allem Macht, sowie männliche und weibliche Rollenmuster und führt diese durch Übertreibung, Umkehrung und Ironie ad absurdum. Ihre feministische künstlerische Praxis liegt meiner Meinung nach in der Sichtbarmachung traditioneller, hierarchischer Rollenmuster durch die Offenlegung und Umkehrung ins Gegenteil. Geschlechterspezifische Ungerechtigkeiten werden durch die Umkehrung

---

<sup>332</sup> Ebd.

bloßgelegt und erscheinen absurd. Frauen sind selbstbewußt, aktiv, erfolgreich und so positive Identifikationsfiguren für Frauen.

### 3.3.2) Ilse Kilic

#### 3.3.2.1) Einführung

Ilse Kilic, geboren 1958, lebt als freischaffende Schriftstellerin und Filmemacherin in Wien. Sie veröffentlichte etliche Bücher und schreibt in Zeitschriften und Anthologien. Neben Film(Super 8)- und Fotoarbeiten ist sie Mitglied der „ExperimentalPunkBand“ der Wiener Edition „Das fröhliche Wohnzimmer“. Der Kleinverlag besteht nunmehr seit 10 Jahren und veröffentlicht Arbeiten gegenwärtiger LiteratInnen wie Karin Spielhofer, Margret Kreidl, Christine Huber, Liesl Ujvary, Franzobel, Günther Kaip, Christian Futscher und anderen. Die Entstehung des Verlags und der Bücher weisen etliche Parallelen zu Zines auf:

die ersten bücher waren kopiert, handgefaltet, -geklebt, mit -gemaltem cover. auflagenhöhe ‚100 bis 150 stück‘. vertriebssystem ‚handverkauf in beisl‘. motivation ‚texte von unserer meinung nach **fröhlichen** autorInnen zu veröffentlichen‘. [...] nach 3 jahren handgemachten büchern wurde uns nicht nur das falten-kleben-malen, sondern vor allem der handverkauf zu aufreibend. es war (ist) ja nicht so, daß wir in den sogenannten **fröhlichen** szenen-, auch ordentlichen ‚in’beisl auf brennendes Interesse an **fröhlicher** literatur steißen. so & so kam das jahr 1989, in dem wir beschlossen, geld zu investieren, die auflagenhöhe zu steigern & die produktion der **fröhlichen** bücher sozusagen ‚außer **wohnzimmer**‘ zu geben. [...] mittlerweile sind 34 **fröhliche** bücher ordentlich erschienen. [...] parallel zur literarischen & verlegerischen tätigkeit gibt es das **fröhliche wohnzimmer** als musikgruppe, die 1989 gegründet wurde. [...] in unserer **fröhlichen wohnzimmerband** hat sich die bezeichnung experimentalpunk (auch ‚**wohnzimmertrash**‘) einge- nicht eingebürgert, eingespielt. Die elemente des *ordentlichen* punk treten allerdings hinter der lust am **fröhlichen** experiment, am erarbeiten neuer zugänge zurück.<sup>333</sup>

Niedere Auflage, Handverkauf, manuelle Herstellung, die Verbindung zu Musik (vor allem Punk) sind Charakteristika von Zines. Hier handelt es sich aber zusätzlich um einen Kleinverlag. Die Band hat eine Single („PIPS PIPS BRUMM), eine Mini-CD „buy buy love“ und eine CD zum Sammelband „3-900956-33-2“ produziert. Unter dem Titel "das fröhliche wohnzimmer" erscheinen viele ihrer künstlerischen und gemeinschaftlichen Produktionen.

Einige Bücher von Ilse Kilic sind: „Das Wesen des Reizens“ (1993), „Lock O Motive & Schock O Lade“ (1994), „ZIMMER IM MERZ. 1 mEHrchen“ (1994), „L5/S1. Aus der Krankheit eine Waffel machen! Ein Bericht“ (1995), „Oskars Moral“ (1996) und zuletzt „Als ich einmal zwei war. Geschichten vom Kindsein“ (1999). Außerdem gab sie zusammen mit Christine Huber 1989 die Anthologie „wichtig – kunst von frauen“ heraus. Vor 1979 veröffentlichte sie gemeinsam mit anderen die Zeitschrift „Pflasterstein“. Außerdem ist sie

---

<sup>333</sup> Das Fröhliche Wohnzimmer-Edition. Das Programm, Wien, o.J.

Mitarbeiterin in diversen Literatur/Kunst/Kultur/Politik Zeitungen und Projekten. Sie arbeitet z.B. gelegentlich auch für den ORF und Radio Orange. Auf die Frage, ob sie sich in einer Zine-Gemeinschaft bewegt, bzw. sich in der Subkultur verortet, antwortet Kilic:

zine gemeinschaft: eher weniger. subkultur: eher ja, obwohl die übergänge hier oft nicht klar ausmachbar sind, zum beispiel in der literatur - etwa: texte im ORF auf der einen seite, arbeit für Radio orange=freies radio wien oder ähnl. auf der anderen. es geht für mich beim begriff subkultur aber um eine politische haltung, also etwa das verständnis von kunst als lebensform, verbindung von kunst und (über?)leben. daß man sich vorhandener möglichkeiten auch bedient, gehört für mich da dazu.<sup>334</sup>

Sie gibt ihre Comics aus dem simplen Grund heraus, „damit sie andere leute lesen“.<sup>335</sup> Ihr Zielpublikum sind „interessierte neugierige gleichgesinnte“.<sup>336</sup> In einer Auflage von 250 Stück sind die kopierten Hefte auf Bestellung, als Abos, bei Veranstaltungen und der Mainzer Minipressenmesse zu haben. Finanziert wird das Projekt teilweise durch Abonnements und „das fröhliche wohnzimmer-edition“, die sich als Non-Profit Unternehmen sieht. Sie gestaltet ihre Comics gemeinsam mit Fritz Widhalm, der vor allem fürs Technische zuständig ist. Ein gemeinsam gezeichneter Comics ist in Arbeit. Im folgenden berücksichtige ich nur Einzelheft-Comics und nicht solche, die in Textbände integriert sind.

### 3.3.2.2) Vorstellung und Analyse einzelner Comic-Zines

#### 3.3.2.2.1) *Rosa. Ein Schweinecomix*

*Rosa. Ein Schweinecomix* erschien 1997 in der Edition „Das Fröhliche Wohnzimmer“. *Rosa. Ein Schweinecomix* wurde mittels Computer gezeichnet. Im A5-Format umfaßt das Comic 44 Seiten, davon sind 35 Seiten Comics. Die Titelseite zeigt das Schwein Rosa und ist zweifärbig (rosa/blau) auf grauem Hartpapier gedruckt (s. Abb. 25). Das Comic ist s/w und arbeitet hauptsächlich mit Strichzeichnung. Nur wenige Teile sind schattiert oder gefüllt. Gestik und Mimik der Figuren sind stark übertrieben und drücken Emotionen aus. Kilic verfolgt durchgehende Kleinschreibung. Komplette Großschreibung eines ganzen Wortes dient der besonderen Betonung. Der Kommentar der Erzählerin ist kursiv gedruckt.

Zum Inhalt: Das Comic beginnt mit der Darstellung des WG-Lebens von Rosa, der Protagonistin (s. Abb. 26). Eines Nachts verwandelt sich Rosa unvermittelt in ein Schwein. Als Schwein ist ihr Sexualtrieb unbeherrschbar. Sie schleicht sich in das Zimmer (und Bett) ihrer WG-Kollegin Gabi. Beide sind (sexuell) glücklich. Am nächsten Morgen scheint alles als seltsamer Traum, da Rosa wieder zum Menschen geworden ist. Gabi erzählt von ihrem Traum, Rosa erschrickt. Die folgende Nacht passiert dasselbe: Rosa wird zum Schwein und

---

<sup>334</sup> Kilic, Ilse: Email-Interview, 13.2.1999, s. Anhang.

<sup>335</sup> Ebd.

kann ihren Sexualtrieb nicht bändigen. Sie geht zu Klaus, ebenfalls ein WG-Kollege, der sie jedoch verjagt. Sie befriedigt sich selbst. Rosa und ihre WG wundern sich, was mit ihr los ist. Sie irrt in der Stadt umher, betrinkt sich, erzählt ihre Geschichte und wird in eine psychiatrische Anstalt eingeliefert. Sie leugnet ihr Dasein als „Werschwein“ und redet sich auf ihre Trunkenheit aus. Die WG macht sich Sorgen um Rosa. Nach einer Recherche entdecken sie, daß Rosa ein „Werschwein“ sein muß. Sie holen Rosa ab und beraten mit ihr, was zu tun ist. In einem Buch finden sie Anleitungen für das Zusammenleben mit Werschweinen. Ein Arzt führt Rosa als Kuriosum in seiner Vorlesung vor. Ihre Freunde holen sie weg und übernehmen die Verantwortung und häusliche Pflege. Sie stellen Regeln für Rosa auf. Rosa ist unglücklich mit ihrer Verwandlung, doch Gabi tröstet und versteht sie. Sie ziehen auf der Suche nach Heilung in die Welt hinaus. Alle sind neugierig, wie es weitergeht. Und so wandern Rosa und Gabi herum und sind ob der nächtlichen Verwandlungen Rosas verzweifelt. Doch da naht Hilfe: Ein Raumschiff landet neben ihrem Zelt. Die Außerirdischen kennen das „Werschwein-Syndrom“ ebenfalls. Ihre Forscherinnen entwickelten ein „Antimutations-Aerosol“ zum Aufsprühen. Dadurch konnten die Verwandlungen gestoppt werden. Das Mittel ist die Rettung Rosas. Rosa und Gabi kehren schlußendlich glücklich in ihre WG zurück.

#### 3.3.2.2.2) *Vom Kleinen Esli und wie es in die Welt kam*

*Vom Kleinen Esli und wie es in die Welt kam. Zweiter Teil* erschien 1996 bei „Das fröhliche Wohnzimmer“. Redaktion und Layout übernahm Fritz Wildhalm. Das rosa Cover zeigt eine Person, die ein Blatt mit Titel, Namen und einer Zeichnung von einer Frau in der Hand hält (s. Abb. 27). Am Backcover ist ein Schwein neben dem Text „verlag mit schwein“ zu sehen. Das Heft umfaßt 32 Seiten mit 24 Seiten s/w Comics. Das „Esli“ hat - wie alle anderen Figuren - menschliche Gestalt. Die Zeichnungen sind ebenfalls mit dem Computer hergestellt. Außerhalb der in Rechtecken eingefassten Zeichnungen, sind das Gesicht und die Hände der Erzählerin zu sehen, die das Geschehen mimisch und gestisch kommentiert. Der Text besteht aus durchgehender Groß- oder Kleinschreibung. Die Schriftgröße wird ebenfalls variiert.

Der Inhalt: Was bisher geschah (1. Teil) Das Esli wurde geboren, wächst auf und ist mit Schwierigkeiten konfrontiert: mit Sehschwäche, der Strenge des Vaters und dem Tod ihrer Mutter. Im 2. Teil lernt das kleine Esli die Liebe kennen (s. Abb. 28). Von der ersten großen Liebe wurde sie bitter enttäuscht, da sich ihr Freund in ihre Freundin verliebt. Sie zweifelt an sich selbst, ist eifersüchtig, will jedoch „cool“ bleiben und die Freundschaft zu beiden aufrechterhalten. Doch es kommt anders: Ihr Freund kommt zurück und sie versöhnen

---

<sup>336</sup> Ebd.

sich. Das kleine Esli bleibt aber skeptisch. Sie lernt einen anderen Mann kennen, der sie ihn seine WG einführt. Dort wird über Feminismus diskutiert. Das kleine Esli verliebt sich in den Mann. Sie trennt sich von ihrem ersten Freund und beginnt eine neue Beziehung. In der WG wird sie in den Feminismus eingeführt und lernt dabei eine Frau kennen. Sie verbringen viel Zeit miteinander, wodurch ihre Freunde verärgert und eifersüchtig werden. Das kleine Esli schlägt ihrer Freundin vor, nach Italien auf Urlaub zu fahren. Diese lehnt das ab und kehrt zu ihrem Freund zurück. Das kleine Esli wird von ihrem Freund getröstet.

### 3.3.2.3) feministische künstlerische Praxis

Grundsätzliches Unterscheidungsmerkmal der Comics ist der fiktionale Charakter von *Rosa. Ein Schweinecomic* und der autobiografische *Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam*. Ansonsten liegt ein Vergleich nahe: Die Identifikationsfiguren beider Comics sind weiblich. Beide Protagonistinnen haben eine Beziehung zu einer Frau. Während in „Rosa“ die Beziehung zu Gabi trotz Rosas Verwandlungen zum Schwein intensiver wird, scheitert jene in *Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam*. Die begehrte Frau, die das kleine Esli in den Feminismus einführte, kehrt zu ihrem Mann zurück. Die Rolle der übrigen Frauen in diesem Comic ist geprägt von Konkurrenz: ihr Freund verliebt sich in ihre Freundin und die WG-Kolleginnen vom neuen Freund prüfen das kleine Esli kritisch ob ihrer Qualitäten als Feministin und verdächtigen sie der Dummheit. Rosa dagegen bekommt insbesondere Hilfe und Unterstützung von Gabi.

Die männlichen Figuren in *Rosa. Ein Schweinecomic*, die WG-Kollegen, sind hilfsbereit. Nur der Arzt, der sie für seine eigenen Zwecke als „Kuriosum“ mißbraucht, ist machtgierig und egoistisch. In *Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam* gibt es vier männliche Figuren in ambivalenten Rollen: Der Vater ist sehr streng, ihr erster Freund enttäuscht sie durch die Liebe zu ihrer Freundin, ihr zweiter Freund, ist zwar „Feminist“, aber eifersüchtig. Am Ende läßt sich das kleine Esli von ihrem Freund trösten, der sie aber zuerst ob der verweigerten Liebe verlacht hatte. Er ist mit langen Haaren, Bart, Kleid, Hund und Zigarette gezeichnet und als ihr Lehrmeister dargestellt.

Zusammenfassend läßt sich folgendes feststellen: Schwerpunkte der Comics sind weibliche Lebensrealität, Sexualität und Identität. Die Verbindung zum Feminismus ist leicht herzustellen. In *Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam* ist Feminismus Teil der Lebensrealität der ProtagonistInnen. Sie organisieren Demonstrationen gegen männliche Herrschaft und diskutieren die sexuelle Befreiung der Frau. Auf die Frage welche Verbindung sie zwischen ihrem Comic und der Frauenbewegung/zum Feminismus sehe, antwortete Ilse Kilic:

die Verbindung ergibt sich dadurch, daß ich einfach Feministin bin und daher in meinen Arbeiten quasi immer eine Verbindung habe, schon allein dadurch, wie ich die Gesellschaft und die darin lebenden Männer und Frauen sehe. Es ist aber nicht, oder nicht immer so, daß ich das ‚Thema Feminismus‘ behandle und explizit darüber schreibe oder zeichne, sondern es ist in allen meinen Lebensäußerungen selbstverständlich enthalten:<sup>337</sup>

Und welchen Kunstbegriff vertritt Ilse Kilic? Sie meint dazu folgendes:

[...] einerseits ist eben Kunst so eine Nische, zugleich natürlich auch ein Freiraum und eine Lebensform z.B. für mich geworden. Vielleicht kann man auch so sagen: wenn Leute Kunst machen, dann hält sich wenigstens der Schaden, den sie anrichten (etwa durch unkontrollierte Produktionsarbeit bzw. durch Ausbeutung der sogenannten Dritten Welt, was ja automatisch mit dem Weisse MitteleuropäerIn sein zusammenhängt) in Grenzen. Das meine ich natürlich zum Teil ironisch, z.B., weil es sich ja keineR ausgesucht hat, da auf die Welt zu kommen, oder blöde Jobs zu machen, um sinnlose und gefährliche Sachen zu produzieren. Ich glaube aber, daß die Kunst schon auf eine Gesellschaft des "besseren" und freundlicheren miteinander verweisen kann. Politisch würde das [eine] Umverteilung nicht nur der vorhandenen Ressourcen[,] sondern auch der sogenannten gesellschaftlich notwendigen Arbeit bedeuten, damit "alle" am Kunstgeschehen, das ja auch ein Entdeckungs- und Lust-Geschehen ist, teilnehmen können. ähh? so ungefähr halt...<sup>338</sup>

Die feministische künstlerische Praxis Ilse Kilic's zeichnet sich durch die Integration von Feminismus - die Themen, Errungenschaften und Widersprüche - in die Lebensrealitäten ihrer Figuren aus. Heterosexuellen Beziehungen werden homo-/bisexuelle gegenübergestellt bzw. als selbstverständliche Lebensmodelle eingebracht. Beziehungen zwischen und Konkurrenz unter Frauen werden - wie im Feminismus - thematisiert. Feminismus wird zwar nicht immer explizit angesprochen, ist aber selbstverständlicher Teil der Lebensäußerungen von Ilse Kilic's Figuren und ihr selbst. Als Feministin sieht sie die Gesellschaft unter diesem Blickwinkel.

### .3.3) *heikes läspencomics* von Heike Anacker

#### 3.3.3.1) Einführung

Heike Anacker, geboren 1963, ist ausgebildete Diplom-Grafik-Designerin, und arbeitet derzeit in einem Zeichenatelier in Mönchengladbach. Sie ist auch Schreiberin und Zeichnerin in verschiedenen Zeitungsprojekten von Mönchengladbach. Ihr Interesse gilt vor allem den U.S.-Independent-Autorinnen-Comics sowie Frauen- und Lesbencomics. Im April 1981 gab sie erstmals ihr Comic-Fanzine *PLOP* heraus, das dann über Jahre bis 1988 hinweg bestand. Die Ausgabe von März 1986 ist alleinig Comic-Zeichnerinnen gewidmet, da in den vorherigen Ausgaben „[N]ur 6 der 65 an 18 *PLOP*-Ausgaben beteiligten Comic-Künstler

---

<sup>337</sup> Ebd.

<sup>338</sup> Ebd.

weiblichen Geschlechts [waren]! Vier der genannten Nummern gar reine MÖPSE (Men-Only-PLÖPSE)!<sup>339</sup> Darauf bemühte sich Heike Anacker verstärkt um den Einbezug von Zeichnerinnen. Nach 27 Ausgaben stellten zuerst Andreas Anger und Bernhard Bollen *PLOP* zusammen, bevor Andreas Alt die Herausgabe von *PLOP* mit Ausgabe 40 übernahm, die derzeit bei der Nr. 54 hält. Er gestaltet das Heft bewußt so, daß es wieder am Flair der Anfangszeit orientiert ist. 1995 erhielt Heike Anacker den ICOM-Independent-Preis. Seit Jänner 1994 stellt sie *heikes läspencomics* zusammen. In dieser Reihe sind bisher fünf Hefte erschienen, eines – das bisher letzte - unterscheidet sich von den anderen erheblich. Sie schrieb mir dazu:

Unter dem Titel ‚heikes läspencomics‘ stelle ich seit Januar 1994 Comics von mir zu kleinen Heften in Miniaufgabe zusammen. Eigentlich sehe ich aber auch ein fünftes Heft in dieser Reihe, auch wenn es sich etwas unterscheidet (ich sehe halt alles, was ich zeichne, als heikes läspencomics): verschickt bzw. überreicht an ca. 30 Leute, ohne Titel, noch weniger (!) Seiten, Umschlag aus schwarzer Wellpappe ‚gebastelt‘.<sup>340</sup>

Eine Besonderheit von *heikes läspencomics* ist die Handkolorierung: Nr. 1 und 2 sind durchgängig, bei Nr. 3 und 4 ist nur das Cover mit Farbstiften koloriert.

Heike Anacker verortet sich klar in einer Zine-Gemeinschaft. Die Bezeichnung „Zine“ gefällt ihr am besten und trifft auf ihre Hefte auch am besten zu. Heike Anackers Gründe für die Bezeichnung als „Zine“ sind folgende: „Paßt wegen der Kürze zur kleinen Form, die ich wähle, läßt sich inhaltlich mit allem füllen und wird von jedem anders ausgesprochen.“<sup>341</sup> Über ihre Gründe und Motivation ihrer Produktion schreibt Heike Anacker:

Ich drücke mich gerne in Wort und Bild aus. Möchte möglichst unabhängig von anderen produzieren können. Brauche ein ‚langsames‘ Medium. Und es darf nicht viel kosten. Mit *PLOP* habe ich angefangen, heute ist es spezieller, reduzierter und persönlicher. ‚heikes läspencomics‘ ist eine Art Logo, mehr nicht. Früher war ich darauf angewiesen, über mein Fanzine *PLOP* mit anderen zu kommunizieren, mich auszuleben und zu produzieren. Mir war wichtig 100%ig die Kontrolle darüber zu haben, was andere von mir mitbekommen. Heute ist es spielerischer. Die sporadisch erscheinenden Heftchen sind mal so was wie ein Gruß an alte Bekannte, mal ein erweitertes (verschlüsseltes) Tagebuch, oder der Auftakt zum Austausch über ein Thema, das mich gerade beschäftigt.<sup>342</sup>

In der Mini-Auflage von 30 bis 100 Stück erreichen die Hefte die Comics/Fanzine-Szene. Heike Anackers AnsprechpartnerInnen sind aber jene aus der Zeit, wo sie *PLOP* herausgab, und die noch an ihren (frauen-/lesbenspezifischen) Themen interessiert sind. Ihre Freundinnen können zwar mit dem Inhalt, aber weniger mit der Form etwas anfangen:

---

<sup>339</sup> Heike Anacker: *PLOP*, Nr. 19, März 1986

<sup>340</sup> Heike Anacker, Fax-Interview, 7.4.1999, S. Anhang

<sup>341</sup> Ebd.

<sup>342</sup> Ebd.

Die Personen, an die ich mich zuerst wende, sind aber die alten Bekannten aus der PLOP-Zeit, also eher ‚Jungs‘ (und hetero). Allerdings nur noch die, die für meine Themen offen sind. Freundinnen wiederum sind für die Themen offen, aber nicht immer für die Form, die ich wähle (zu trivial für die, die mit Comics nichts anfangen können; teilweise zu verquer und zu sparsam für die, die bei mir manchmal ‚richtige Comics vermissen‘).<sup>343</sup>

Die Arbeitsweise Heike Anackers ist ganz klassisch: Sie zeichnet mit Pinsel, Feder und Stift und manchmal zieht sie auch den Computer heran. Ihre Hefte sind kopiert. Im folgenden gehe ich auf *heikes läspencomics* näher ein. Heike Anacker hat aber, wie erwähnt, noch andere Comic-Zines herausgegeben wie das *PLOP* oder zusammen mit Sabine Ayshe Peters das längere Comic *Was Ihr Wollt. Halskrausen und andere Leidenschaften*, eine *romantische Komödie äußerst frei nach Shakespeare*. Viele kleiner Comics, einzelne Zeichnungen oder Mini-Heftchen gehören ebenfalls zu ihren Arbeiten.

### 3.3.3.2) *heikes läspencomics*

#### • *heikes läspencomics* Nr. 1, Jänner 1994

Bestehend aus 12 A5-Seiten und auf blaues Papier kopiert, drehen sich vier Comics ums Lesbisch-Sein. Zwei davon (mit Ausnahme des Titelblattes) sind Einzelzeichnungen. Auf der Rückseite prüft eine Kosmetikerin kußechten Lippenstift (s. Abb. 29) Die anderen beiden erzählen Geschichten: In „Andersrum“ (1992) verliert eine Psychologin ihren ersten Fall von Homphobie durch ihren Ratschlag in ein Lesbencafe zu gehen. „Coming Out. Oder: Es könnt‘ alles so einfach sein, wenn’s nicht so kompliziert wär“ (1996) zeigt die vielfältigen Probleme und Hindernisse auf dem Weg zur Lesbe.

#### • *heikes läspencomics* Nr. 2

Diesmal in Rot präsentiert sich *heikes läspencomics* wieder auf 12 A5-Seiten und in 12 verschiedenen Comic-Strips. Die Hälfte davon handeln von den „2 kleinen läspen“. Die beiden „spielen, sie würden Reklame für Creme machen“, „haben K. D. Lang im Kino geguckt“, „fassen sich an den Kopf“, „kucken Kunst“, „kämpfen“ und „hören Musik“. Die lustigen Strichzeichnungen der beiden Figuren sind einfach und zugleich sehr ausdrucksvoll. Wendungen mitten im Geschehen sind unerwartet und überraschend: Z. B. In „Die 2 kleinen läspen greifen sich an den Kopf“ meint die eine „Ich fass‘ es nich“, die andere darauf „Laß mich mal“, faßt ihrer Freundin am Kopf und gibt ihr einen Kuß (s. Abb. 30). Derselbe Überraschungs-Trick ist in der Zeichnung auf der Rückseite des Comic-Zines zu finden: In einer konventionellen, schematisierten Zeichnung mit Eltern, Kind und Hund beim

---

<sup>343</sup> Ebd.



Spaziergehen erwartet der/die LeserIn nach dem üblichen Schema ein Vater-Mutter Gespräch über ihr Kind – was auch im ersten Augenblick bestätigt wird, wenn die Frau sagt: „Wie finden Erziehung sollte streng, aber liebevoll sein.“ Die zweite Sprechblase führt den Bruch ein. Die zweite Person sagt nämlich: „Damit aus unserem Kind einmal eine nette Lesbe wird“ und läßt erst jetzt erkennen, daß es sich um ein lesbisches Paar handelt. Diese Zeichnung ist im Original A4 und zum Aufrubbeln gestaltet gewesen. Heike Anacker wollte „die gewohnte, standardisierte DIN-Kleinfamilie nehmen, um ihr solchen Satz in die Münder zu legen.“<sup>344</sup> Erst durch den Kopiervorgang entstand durch die/den GrafikerIn eine (von Anacker unbeabsichtigte) zweite Frau. Anacker beabsichtigte eine „stinknormale“ Familie zu zeichnen, „die für ihr Kind einfach einen etwas anderen Zukunftswunsch hat“.<sup>345</sup> Ein Widerspruch zwischen Bild und Text – und damit der Spannungsmoment - ist auch in einer anderen Einzelzeichnung festzustellen. Auf der Zeichnung, die sogleich durch ihre Größe und Strickdicke ins Auge springt, sind zwei sich heftig küssende Frauen abgebildet, wobei eine davon sehr überrascht wirkt und nicht recht weiß was ihr geschieht. Der Text dazu lautet: „Nach 4 Monaten sagte sich Doris endlich mal wieder bei mir an. Natürlich würde ich ihr kühl und ein wenig gelangweilt begegnen.“

• *heikes läspencomics* Nr. 3, Juni 1995

Mit Heft Nr. drei geht ein Wechsel des Formats auf Briefkuvertgröße einher. Auf 20 Seiten, mit braunem Umschlag geht es diesmal um eine einzige Geschichte. Ein Kampf zwischen zwei Kontrahentinnen (es ist zuerst nicht genau zu erkennen, ob es sich um Frauen handelt) auf einem Schiff mit Degen, Händen und Fäusten ist angesagt. Schließlich ist eine der beiden verwundet, taucht ins Wasser (in ihrer Ohnmacht?) und als nackte, hüllenlose Frau wieder auf. Zurück auf dem Schiff lieben sich die beiden. Im Schlußbild wird klar, daß es nur ein Traum war, denn die Frau sieht nachdenklich auf den Meereshorizont hinaus und meint „Aber ich träume. Ich träume immer“

• *heikes läspencomics* Nr. 4, Oktober 1996

In derselben Größe und auf 24 Seiten enthält die Nr. 4 verschiedene Comics. „Die 2 kleinen läspen“ tauchen in zwei Comics wieder auf. „In der Lindenstraße“ küssen sich Andrea und Babette, in „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ Sonja und Tanja und in „Verbotene Liebe“ Harumi und Saskia. Im zweiten Comic machen die beiden eine Reise und landen im Kopf eines Kindes, wo sie Abenteuer bestehen. „Raumschiff Lesbenpride“ macht sich für den

---

<sup>344</sup> Heike Anacker in einem Brief an mich, 29.4.1999.

<sup>345</sup> Ebd.

Angriff auf die „Machomanier“ bereit und die Comics mit tierischen Protagonistinnen sprechen aus lesbischer Perspektive (s. Abb. 31) Das Comic „Beim Fallen auf das Verfalldatum achten“ kann von der Rückseite des Heftes her gelesen werden. Dazwischen wirbt Heike Anacker für verschiedene, neu herausgekommene (amerikanische) Comics.

- Comic-Zine, Winter 1997

Dieses Comic-Zine ist zwar nicht als *heikes läspencomic* titulierte, wird aber von Heike Anacker selbst zu dieser Reihe gezählt. Mit nur acht Seiten hat es auch einen wesentlich kleineren Umfang als die oben genannten. Inhaltlich und formal unterscheidet es sich ebenfalls. In diesem Comic-Zine geht es um die Weltsicht Heike Anackers. Ihre astrologischen Gedankengänge führen sie zu der Bemerkung ihres Vaters über ihre zu starke Identifikation mit Verlierern. In seinem Weltmodell gibt es nur Verlierer und Gewinner, in Heike Anackers dagegen sind wir alle Kugeln, Weltkugeln, auf denen viel mehr als nur Gewinner und Verlierer Platz haben (s. Abb. 32). Wichtiger sind offene Fragen und diese zu stellen, als auf alles eine Antwort zu wissen. Sie fordert LeserInnen auf, ihre Weltsicht abzubilden und ihr zu senden. Das nächste Comic wird mit diesen Weltentwürfen gefüllt sein.

### 3.3.3.3) feministische künstlerische Praxis

Der Zeichenstil Heike Anackers wechselt in den verschiedenen Comic-Strips. Vergleiche dazu die Abbildungen im Anhang. Sind z.B. die Comics von den „2 kleinen läspen“ sehr einfach, mit wenigen Strichen und Schraffuren, ohne Hintergrundstaffage gezeichnet, wie auch des letzte Heft von 1997 von der Einfachheit lebt, so sehen z. B. das Comic „Andersrum“ oder das Heft Nr. 3 anders aus: Schraffuren und schwarze Flächen betonen den schwarz-weiß Kontrast, durch die vielen Strichführungen und Flächen entsteht ein Liniennetz, in dem sich der/die BetrachterIn zurechtfinden muß. Hier kommt auch verstärkt ein Hintergrund zum Tragen. Die Einzelzeichnungen sind durch Prägnanz und Einfachheit geprägt. Allen gemeinsam ist der lebendige Ausdruck von Bewegung und die spielerische Art der Zeichnung.

Heike Anacker beabsichtigt mit ihren Comics eine Verbindung zu anderen: „Auf jeden Fall will ich mit dem, was ich zeichne, schreibe und veröffentliche, den Faden zu fassen kriegen, der mich mit anderen verbindet.“<sup>346</sup> Wie bei Zines überhaupt, spielt die Kommunikation und der Austausch auch hier eine Hauptrolle. Daß Heike Anacker dies mit „anderen“ Themen tut und Comic-Zines mit lesbischer/frauenspezifischer Thematik einbringt, erweitert die überwiegend männliche „Welt der Zines“ um diese Perspektive. Ihre

---

<sup>346</sup> Ebd.

Protagonistinnen sind ausschließlich Frauen/Lesben und bieten sich zur Identifikation für junge Frauen/Lesben an, die einen Bezug zur künstlerischen Form des Comics haben. Fantasien, Gedanken und Geschichten thematisieren den Alltag, Beziehungen, das „Coming Out“ und orientieren sich so an der Lebensrealität von Frauen/Lesben. Die Comics sind witzig, ironisch, traurig, romantisch, übertrieben und vieles mehr. Sie arbeiten teilweise mit einem Bruch zwischen Bild und Text oder einer unvermuteten Wendung mitten in der Geschichte. Heike Anackers künstlerische Praxis besteht für mich vor allem in den lesbien-/frauenspezifischen Inhalten und deren „Übersetzung“ in die Form eines Comics (wobei Bild und Text gleichwertig zu sehen sind).

#### 4) Im Vergleich: Das Artcore-Zine *Neid*, das Magazin *Regina* und Comic-Zines

##### 4.1) Vergleich in Konzeption, Produktion und Distribution

Konzeptionell unterscheiden sich die vorliegenden Zeitschriften wesentlich: *Neid* arbeitet an einer Verschränkung von Bild, Text und Ton sowie von Zeitschrift und „transmedialen“ Kunstprojekt mit Ausstellungen, Lesungen u.a. Kunst und Musik, sowie das Spiel mit Identitäten sind Schwerpunkte des Heftes. Im Gegensatz zu *regina* gibt es keine Schwerpunkthefte. Das Magazin *regina* entsteht in Zusammenhang mit Ausstellungen, ist jedoch weder Kunst katalog, noch traditionelle Frauenzeitschrift. In einem Zwischenraum von Realität und Fiktion geht es um Kunst, Comics, Medien und Alltag. Wie *Neid* enthält *regina* auch englische Texte. Linda Bildas Comics kämpfen für eine fortschrittlichere Gesellschaftsform und haben frauenspezifische und tagespolitische Schwerpunkte. Die Comics aller drei Zeichnerinnen gehen manchmal ins Fantastische. Heike Anacker spricht mit ihren Comics vor allem Lesben an (welche auch in den Comics von Ilse Kilic vorkommen). Während Ina Wudkte, Regina Möller und Linda Bilda einen Hintergrund in der bildenden Kunst haben, kommt Ilse Kilic aus der Literatur und dem Film. Als Autorin, Filmemacherin, Bandmitglied und mehr arbeitet sie transdisziplinär. Heike Anacker arbeitet im angewandten Bereich als Grafik-Designerin.

In der Produktionsweise ergeben sich ebenfalls Unterschiede. *Neid* setzt auf internationale Beitragende aus den unterschiedlichsten Feldern. Die Beiträge laufen bei Ina Wudkte ein und ein Thema ergibt sich. *regina* holt sich Profis für jeden Bereich. Während das Magazin *regina* größtenteils von Kunstinstitutionen finanziert wird (und daher von mir nicht als Fanzine eingestuft wird), müssen sich *Neid* durch Inserate oder Förderungen, Linda Bilda durch Sponsoring und Ilse Kilic durch Abos und Verkauf bei Veranstaltungen und der Mainzer Minipressenmesse finanzieren. Mit der Ausnahme von Regina Möller, die die Infrastruktur der jeweiligen Institution nutzen kann, arbeiten alle anderen zu Hause. Keine

Produzentin hat dafür ein extra Büro zur Verfügung. Die Auflagenhöhe ist ebenfalls schwankend: *Neid* legte zu Beginn 300 und schließlich 1600 Stück auf, *regina* begann mit 1000, erhöhte dann auf 2000, Linda Bilda produziert 900 bis 1000, Ilse Kilic 250 und Heike Anacker 30 bis 100 Stück. Die Zeitschriften werden teilweise gedruckt und kopiert.

Zur Distribution: Zielpublikum von *Neid* sind Gleichaltrige, *regina* sowohl Kunst- als auch allgemeines Publikum, Ilse Kilic „interessierte, neugierige, gleichgesinnte“ und Heike Anacker die Comic/Fanzine-Szene. *Neid* hat mittlerweile einen Vertrieb mithilfe von Kunstbuchhandlungen und Plattenläden aufgebaut (zu Beginn verkaufte jede/r Beitragende Hefte). *regina* wird dagegen nicht nur an Kiosken verkauft, sondern auch im Kunstkontext. Linda Bilda macht es wie zu Beginn *Neid* und setzt auf Handverkauf, ebenso Ilse Kilic, die daneben mit Bestellung und Abonnements arbeitet.

#### 4.2) Veränderung des traditionellen künstlerischen Selbstverständnisses und des Kunstbegriffs

Allen Herausgeberinnen gemeinsam ist ihre Arbeit in einem Feld kultureller Produktion. Sie wenden sich gegen einen autonomen Kunstbegriff. *Neid* legt Wert auf einen Austausch zwischen Kunstdisziplinen und einen Diskurs. Für sie gehört kulturelle Analyse und Forschung zur künstlerischen Arbeit. Regina Möller hinterfragt das Betriebssystem „Bildende Kunst“ und was es heißt „Künstlerin“ von Beruf zu sein. Ihr Ziel ist es ein engeres Verhältnis von Kunst und Alltag herzustellen. Auffallend ist, daß sowohl Ina Wudtke als auch Regina Möller mit (fotografischen) Selbstportraits/Inszenierungen arbeiten. Für Linda Bilda stellt der Kunstmarkt ihren Arbeitsmarkt als Ort der Verbindung zu anderen Projekten dar. Auch Heike Anacker strebt eine Verbindung zu anderen Interessierten an. Ilse Kilic hat eine Vision einer Kunst, die eine „bessere“ und freundlichere Gesellschaft hervorbringen kann. Für sie ist der Kunstkontext zu einer Nische, zu einem Freiraum und zu einer Lebensform geworden.

Die Produzentinnen arbeiten oft in Teams, anti-hierarchisch, stellen einen Bezug zu den LeserInnen her und verwenden andere Medien als traditionelle Kunst. Sie streben eine Verbindung zu materieller – vor allem weiblicher – Realität an und bieten kein Rezept oder Lösungsvorschläge, sondern Einblicke in ihre Lebens- und Fantasiewelten. Das Publikum soll sich selbst eine Meinung bilden. Feministische kulturelle Produktion und künstlerische Praxis in Form von Zines und Magazinen bedeuten Austausch, Kommunikation, Reflexion der eigenen Position, Kritik an der herrschenden Gesellschaft und Entwicklung von Visionen.

#### 4.3) Verhältnis zum Feminismus

Mit dem Einbezug von postmodernen und poststrukturalistischen Theorien in die Populärkultur und den Feminismus konnten essentialistische Begriffe wie Identität und Differenz hinterfragt werden. Das hatte zur Folge, daß vielschichtige, oft widersprüchliche, Subjektivität, Erfahrungen und Begehren artikuliert wurden. Es wurde weniger das "Frau sein" und eine rigide Geschlechterdualität gefeiert, wie dies in den 70er Jahren von den radikalen Feministinnen getan wurde, sondern analysiert, wie Geschlechter sozial konstruiert werden. Diese jungen Feministinnen zeigen, daß die Annahme eines „pro-Frauen“ Standpunktes nicht heißen muß, auf einem dualistischen Identitätssystem zu bestehen, in dem Männer und traditionelle männliche Attribute gänzlich abgelehnt werden.<sup>347</sup> *Neid* und *regina* sind dafür ein Beispiel. Geschlechterdifferenzen werden nicht mehr betont, sondern dekonstruiert. Entscheidend für die Verschiebung der Diskussion in Bezug auf Geschlecht und Sexualität waren der Einbezug von Feminismus und Queer-Theorien, insbesondere Judith Butlers Buch „Das Unbehagen der Geschlechter“.

Im Verhältnis zum Feminismus sind unterschiedliche Zugangsweisen der Zeitschriften festzustellen. *Neid* steht vor allem in der Tradition der Postmoderne, des Dekonstruktivismus und der Queer-Theory. Am wichtigsten waren dabei Judith Butler und Donna Haraway. Das Hauptziel ist die Auflösung der Kategorien und binärer Begriffspaare. Die postmoderne Identität ist geprägt von Ambiguität, Widerspruch, Fragmentierung, Verschiebung und der Überwindung von Einheit und Ganzheit. Diese Merkmale sowie die Verschiebung der Begriffe „Mann“ und „Frau“, indem kein „wahres“ Selbst mehr vorhanden ist und andere Identitätskonzepte dem gegenübergestellt werden, treffen auf *Neid* zu. *Neid* berichtet direkt über feministische Theorie und versucht sie auch einzubeziehen. *regina* dagegen nimmt kaum direkt Bezug zu feministischer Theorie, sie zitiert z.B. einmal kurz Shulamith Firestone. Bei ihr stehen Lebensrealitäten von Frauen im Vordergrund, worauf auch schon das Format eines Frauenmagazins hinweist. *regina* bringt Interviews mit Feministinnen in den verschiedensten kulturellen Feldern und reflektiert geschlechtsspezifische Positionen von Frauen in Gesellschaft und Kunst. Um letzteres geht es auch in den beiden Comics. Linda Bilda nimmt in frauenspezifischen und tagespolitischen Schwerpunktheften Stellung zu Macht und Geschlechterrollen. In Ilse Kilic's Comics, manchmal ins Fantastische gehend, wird Feminismus gelebt: dieser ist natürlicher Bestandteil der Figuren. Ähnlich arbeitet Heike Anacker: Ihre Frauenfiguren spiegeln die Lebensrealität, d.h. Wünsche, Probleme, Gedanken und Träume, von Frauen/Lesben und ihre Beeinflussung durch den Feminismus wider.

Während *Neid* und *regina* sehr stark kontextuell arbeiten und soziale, frauenspezifische, ökonomische, politische Bezüge herstellen, ist das Format der Comics eher dazu geeignet Geschichten zu erzählen. Allen gemeinsam ist jedoch die Wichtigkeit der Selbstorganisation und Selbstverwaltung, auch für Regina Möller, die ja selbst die Redaktion darstellt und somit alle Fäden in der Hand hat.

Die hier vorgestellten feministischen Kunst- und Comic-Zines und Magazine bringen ihre Weltsicht und Gesellschaftskritik ein und sind deshalb essentiell für die sonst männlich dominierte Szene alternativer Zeitschriften. Solche Zines und Magazine sind ein Forum für künstlerisch arbeitende Frauen, deren Arbeiten sonst kaum öffentlich „Raum“ zur Verfügung steht, darstellen. Kontakte zu anderen künstlerisch arbeitenden und gleichgesinnten Frauen können so aufgebaut werden. Da sich die Interessen von Frauen in mancher Hinsicht von denen ihrer männlichen Kollegen unterscheiden, ist es wichtig ein eigenes Medium zu entwickeln, in denen diese Themen diskutiert und präsentiert werden können. Ich würde mir wünschen, daß noch mehr Frauen zu Bleistift und Papier (bzw. PC und Tastatur) greifen und in Zukunft noch viele solcher Zines und Magazine entstehen.

##### 5) Ein Beispiel für die Einbindung von Zines in den Kunstkontext: Die Ausstellung „NowHere“ im Louisiana Museum of Modern Art

Zu der Ausstellung „NowHere“ im Louisiana Museum for moderne kunst (15.5. – 8.9.1996), Kopenhagen, wurden vom Leiter des Museums Lars Nittve vier KuratorInnen aus verschiedenen Ländern sowie zwei KuratorInnen des Museums eingeladen, zum Thema „zeitgenössische Kunst“ Ausstellungs-konzepte zu erarbeiten. „NowHere“ ist die erste Präsentation aktueller Kunst in den neunziger Jahren in Dänemark. Die KuratorInnen waren Ute Meta Bauer aus Deutschland, Iwona Blazwick aus England, Laura Cottingham aus den USA und Bruce Ferguson aus Kanada, zusammen mit Anneli Fuchs und Lars Grambye vom Louisiana Museum. Zur Frage „what exactly is contemporary art?“ (Nittve Lars)<sup>347</sup> gestalteten die KuratorInnen verschiedene Sektionen: Laura Cottingham zeigte in „Incandescent“ ausschließlich Künstlerinnen, Iwona Blazwick in „Work in Progress“ viele verschiedene Arbeiten, vor allem auch KünstlerInnengruppen, Bruce Ferguson lenkte in „Walking and Thinking and Walking“ Aufmerksamkeit auf Zwischenräume und Übergänge wie dem Eingangsbereich, der Cafeteria, dem Museumsshop oder Gänge, Ute Meta Bauer hinterfragte das traditionelles Selbstverständnis des Kunstmuseums in „?“ und die heimischen

---

<sup>347</sup> Vgl. Kearney, Mary Celeste: *The Missing Links. Riot grrrl – feminism – lesbian culture*. In: Whiteley, Sheila: *Sexing the Groove. Popular music and gender*, London und New York: Routledge 1997, S. 221.

<sup>348</sup> *NowHere*. Louisiana Museum for Modern Art, 15.5. – 8.9.1996, Copenhagen 1996, Volume I, S. 10.

KuratorInnen Lars Grambye und Anneli Fuchs widmeten sich in zahlreichen Videoinstallationen einem „Get Lost“. Ich gehe im folgenden auf die Sektion „?“ von Ute Meta Bauer ein.

Roter Faden der Sektion „?“ war ein Zusammenbringen verschiedener Menschen, die sich gemeinsam die Aufgabe teilten, einen kulturellen Raum zu produzieren. „?“ spiegelte unterschiedliche Aspekte des Louisiana Museums wieder und legte den Schwerpunkt anstelle des autonomen Kunstwerks auf kulturelle Produktion, die das Publikum als Gegenüber reflektieren, und die Zirkulation mittels Medien miteinbeziehen. Daraus ergaben sich verschiedene Produktionen, z.T. aus dem Umfeld des Museums: das Museum als „Themenpark“, ein Schwerpunkt zur dänischen Moderne, Archivsendungen des dänischen öffentlich-rechtlichen Fernsehens, speziell ausgefertigte Musiktapes von DJ's und Zines. Nur ein museales Werk im klassischen Sinne wurde miteingebunden: die „Honigpumpe am Arbeitsplatz“ von Joseph Beuys. Sie wurde in Zusammenhang mit Videos zu Beuys Begriff der „sozialen Plastik“ und einer Dokumentation zu „100 Tage Arbeitskollektiv“ auf der Documenta 6 in Kassel präsentiert. Institutionen der Bildung, Information und Unterhaltung werden in den verschiedenen Bereichen hinterfragt. Begleitend zur Ausstellung organisierte Ute Meta Bauer, zusammen mit Fareed Armaly, ein Symposium mit dem Titel „Education, Information, Entertainment“ (August 1996), in dem TeilnehmerInnen und ExpertInnen aus den verschiedenen kulturellen Feldern eingeladen wurden.

Zur Person Ute Meta Bauers: Geboren 1958, studierte Visuelle Kommunikation an der Hochschule der bildenden Künste Hamburg, war Gründungsmitglied der KünstlerInnengruppe „Stille Helden e.V.“ (1982-90) und übernahm 1990-94 die künstlerische Leitung des Künstlerhauses Stuttgart, wo sie die Zeitschrift *Meta* herausgab. Seit 1996 ist sie Gastprofessorin und Leiterin des Instituts für Gegenwartskunst an der Hochschule der bildenden Künste in Wien. Sie organisierte auch etliche Symposien mit Fokus auf gegenwärtigem Kunstdiskurs, künstlerischer Praxis und deren Relation zum kulturellen Feld, wie z.B. *Kunstkongreß 87/88* (mit Susanne Homann), *A New Spirit in curating?* (1992), *Radical Chic* (1993). In „?“ arbeitete sie mit dem amerikanischen Künstler Fareed Armaly als Co-Kurator zusammen.

Im Zusammenhang meiner Recherche sind insbesondere die Zines interessant. Zum Thema „mediale Repräsentation von Frauen“ lud Ute Meta Bauer Frauen ein, die mit künstlerischem Hintergrund in diversen kulturellen Feldern arbeiten. Dies reflektiert den

Standpunkt der Kuratorin: „The participation outlines creativity in terms of production.“<sup>349</sup>

Was zählt, ist die künstlerische Praxis. Und warum dieses Thema?

Particularly evident in the roles offered within established media, women have the task to articulate other alternative positions, which entails a discourse of rereading, rethinking and reworking the syntax – one outline of feminist critique(s). The fight is to name what or who is implied – and why – as society.<sup>350</sup>

Zines, verbunden mit einer Do-It-Yourself-Philosophie, reflektieren Stimmen, die normalerweise „in the grand modern narrative“<sup>351</sup> abwesend sind. Der Begriff autonomer Kunst wird dabei durch den der kulturellen Produktion ersetzt. Der Schwerpunkt der Arbeit der Kuratorin liegt hier im Austausch in Form von Zirkulation und Distribution und nicht auf der „Fixierung“ durch Installation im musealen Kontext. Die Zines sind gezielt zur Distribution im Rahmen der Ausstellung – und nicht für das Museum – konzipiert. Zwei der Zines-Redakteurinnen produzierten als DJ NURSE und T-INA (aka Ina Wudtke) für das Element „Loudspeaker“ auch Audiotapes.

Drei der Frauen, die für „?“ Zines herstellten, sind bereits bekannt: Ina Wudtke, Regina Möller und Linda Bilda. Außerdem waren beteiligt: die Kunststudentinnen Aylin Catal/Brigitte Braun, die Architektin und Planerin Yvonne P. Doderer, das baskische Künstlerinnenduo Erreakzioa-Reacción, die Künstlerin Judith Hopf, die Gruppierung -Innen, Barbara Jung, eine Internetformation Network Orange, die Kunsthistorikerin und Modekritikerin Michelle Nicol, die Künstlerin und Friseurin Konstanze Schäfer und Übung am Phantom. Die Mehrzahl der Produzentinnen stammt aus Deutschland, je eine Vertreterin aus der Schweiz, Spanien und Österreich. Den insgesamt 13 Zines wurde ein Grund-Layout vorgegeben, nämlich eine Zeile am oberen Rand des zusammengefalteten A3-Blattes mit Namen der Editoren, Preis, Datum, Ort und Museum. Der Rest, Vorder- und Rückseite des kopierten A3-Blattes konnte frei gestaltet werden. So unterschiedlich der Hintergrund und die Tätigkeiten der Produzentinnen sind, so verschieden sind die Zines auch gestaltet. Als Beispiele folgende Gruppenprojekte: „Erreakzioa-Reacción“ ist eine Künstlerinnenduo aus Bilbao, „-Innen“ setzt sich aus einer Gruppe von vier Künstlerinnen zusammen, die aus der Zusammenarbeit „frauen•und•technik“ entstand, während „Übung am Phantom“ sich als „feministisches Gruppenprojekt“ bezeichnet. Andere Frauen arbeiten neben ihrer künstlerischen Produktion in den unterschiedlichsten kulturellen Feldern: Yvonne P. Doderer als freiberufliche Architektin und Städteplanerin, Brigitte Braun als Lehrerin, Barbara Jung

---

<sup>349</sup> Ute Meta Bauer: ? In: ebd. S. 144.

<sup>350</sup> Ebd.

<sup>351</sup> Ebd.



u.a. als DJ, Michelle Nicole als Kunsthistorikerin und Modekritikerin sowie Konstanze Schäfer als Friseurin.

Nun zu den Zines selbst: Zuerst zu den bereits vorgestellten Ina Wudtke, Regina Möller und Linda Bilda. Ina Wudtke (#11) stellt, sie hat die die Fotos dann in *Neid* weiterverwendet, „Women in TV“ „Women in my Hood“ gegenüber und kombiniert die Fotos mit einem *Neid*-Logo und einer Abbildung von ihr als DJ T-Ina (ebenfalls in *Neid* reproduziert). Auf der Vorderseite von Regina Möllers Zine (#2) sind verschiedene, im Comicstil gezeichnete Augenpaare zu sehen, während im Inneren eine Zitat von E. Wilson über Mode und deren Verbindung zu Kunst, persönlicher Psychologie und sozialer Ordnung mit riesigem Augenpaar und comicartigen Frauenfiguren verbunden ist. Auf der Hinterseite befinden sich verschiedene Zitate u.a. von Björk, D Gaines, G. und J. Hernandez, E. Wilson und S. Zizek über Mode. Das Zine von Linda Bilda, in dem es um eine Geschichte mit Jeltsin, Clinton und Kohl als beteiligte Charaktere und dem Modell Claudia Schiffer als Hauptfigur geht (#3), wurde bereits vorgestellt.<sup>352</sup>

Konstanze Schäfer (#1) kombiniert Gedichte und Textausschnitte von „Edith Sitwells Autobiography“ mit medialen Darstellungen unserer (Ur)-Großmütter, wie Else Lasker-Schüler oder Gertrude Stein. #4 von Barbara Jung besteht – im Gegensatz zu den meisten anderen – hauptsächlich aus Text: Sie problematisiert die Repräsentation von Frauen in den Medien, im Speziellen im Internet und Musikbereich (DJ'ing). In der Collage (#5) „to live biographies. part one. the room“ schreibt Judith Hopf einen Text über eine zerbrochene Liebe in den Raum mit Kerzen rund um einen PC ein. –Innen<sup>plus</sup> reflektiert anhand der weltweit größten Computermesse CeBIT'96 „the complex interplay between women, technology and men.“ –Innen<sup>plus</sup> besuchte Stände und legte den (vorwiegend männlichen) Ausstellern einen Fragebogen zur Frauenbewegung und Geschlechterrollen und Fotos der Künstlerinnengruppe in der CeBIT-Uniform in Form eines Mousepads vor, der in dem Zine abgedruckt ist. Auf der Rückseite stellen sie früheren Arbeiten der Gruppe vor. Erreakzioa-Reacción (#7) arbeiten im Stil der Guerilla Girls, bringen kurze (englische und spanische) Zitate über Sexismus und Rassismus sowohl in der Kunstwelt als auch dem privaten Umfeld vor, zu „Frauen und Macht“ mit dazwischen montierten Zeichnungen. Die Rolle der Frau in Filmen und in japanischen Manga Comics ist Thema von Übung am Phantom (#8). Network Orange (#9) thematisiert die Rolle der Frau im Internet, Brigitte Braun und Aylin Catal (#10) hinterfragen in einem Rätselspiel was Frauen sind und sie nicht sind. Michelle Nicol, Gründerin von „women for shopping“, (#12) zeichnet in „The most essential beauty and style issue“ ein

---

<sup>352</sup> S. Kapitel 3.3.1.2).

Gespräch mit dem Kurator Hans Ulrich Obrist über Mode auf, kombiniert mit Statements verschiedener Leute zu ihrem schönsten Modestück. „Body Architecture“ mit einer aus Frauenkörpern montierten Skyline Manhattans von Yvonne P. Doderer (#13) schließt die Serie ab.

Der Zugang zum Thema „mediale Repräsentation von Frauen“ ist in den verschiedenen Zines sehr unterschiedlich. Die meisten arbeiten vorwiegend auf der visuellen Ebene in Form von Fotos, Collagen oder Zeichnungen. Einige konzentrieren sich auf eine Reflektion des Themas mittels Text. Weibliche Repräsentationen im Internet, in der Mode, im TV, in Magazinen, Technik, Comics, in der Kunst und der Musik werden aus verschiedenen Blickwinkeln diskutiert. Die Cover der Zines wurden vergrößert an der Museumswand hängend präsentiert, zudem lagen sie auf einem speziell gefertigten Tisch in einem Leseraum und im Museumsshop zum Kauf auf. Der/die BetrachterIn steht einer Vielfalt an Meinungen gegenüber und wird dadurch aufgefordert sich selbst ein Bild zu machen. Komplexe Relationen ergeben sich nicht nur zwischen den Zines, Musiktapes, Videos und den Installationen der „?“ Sektion, sondern auch auf der inhaltlichen Ebene.

Besonderes positiv finde ich die Öffnung des Museums für kulturelle Produktionen und die damit zusammenhängende Verabschiedung von einem autonomen Kunstbegriff der Moderne. Das Medium „Fanzine“ – aus der Perspektive von Frauen aus den unterschiedlichen kulturellen Feldern - wird zum Transport eines Themas nutzbar gemacht. Es bleiben dabei einige Fragen offen: Kann ein subkulturelles Phänomen wie sie die Fanzines darstellen, adäquat in den Kunstkontext integriert und dort präsentiert werden? Geht dabei deren Botschaft und Ursprung verloren? Wenn sie von ihrem Kontext losgelöst sind, wen sprechen sie dann überhaupt an? Funktioniert die Transformation von einem Kontext in einen anderen? Von „subkultureller Szene“ zum „Ausstellungsobjekt“? Wie wir gesehen haben, existieren einige der Zines aus der Sektion „?“ in Form von Zines wirklich. Ausschnitte daraus wurden eingebracht (Ina Wudtke, Regina Möller, Linda Bilda). Da die Zines nicht nur im Museum, sondern auch in Orten außerhalb des Museums auflagen, wurden sie nicht zum Ausstellungsobjekt „degradiert“, sondern als lebendiges Medium begriffen, das von der Zirkulation lebt und das mittels der Finanzierung durch das Museum überhaupt erst in einer größeren Auflage in Umlauf gebracht werden kann. Außerdem wurde die aktive und diverse kulturelle Produktion von Frauen sichtbar. Alternative Positionen der Medienrepräsentation von Frauen wurden in den Zines durchgedacht, interpretiert und herausgearbeitet. Trotz der vielen Fragen, die offenstehen, sehe ich abschließend die Errungenschaft dieser

Ausstellungsbeteiligung in der Sichtbarmachung alternativer kultureller Produktion von Frauen.

## 6) Schlußwort

Ich lege in meiner Arbeit feministische künstlerische Praxis am Beispiel von Zines und Magazinen dar. Mein Anliegen bestand darin, Kunst nicht als Objekt, als artefact, sondern als *soziale und kulturelle Praxis* zu begreifen. Dabei habe ich im Besonderen gegenwärtige Produzentinnen berücksichtigt, von der Kunstgeschichte nach wie vor ignoriert werden. Die gesellschaftskritisch motivierten Publikationen dieser Frauen sind in der Tat bis heute – speziell im deutschsprachigen Raum - kaum recherchiert bzw. theoretisch aufgearbeitet worden. Griselda Pollock formulierte dies als politischen Anspruch einer feministischen Kunstgeschichte:

The political point of feminist art history must be to change the present by means of how we re-represent the past. That means we must refuse the art historian's permitted ignorance of living artists and contribute to the present day struggles of living producers.<sup>353</sup>

Die von mir ausgewählten Herausgeberinnen sind zwischen 30 und 45 Jahre alt und leben in Österreich oder Deutschland. Ich fasse ihre Arbeiten als *künstlerische und kulturelle Produktion* auf. Da viel zu wenig Forschung in Bezug auf weibliche Herausgeberinnen und Journalistinnen als kulturelle Produzentinnen existiert, ist es erstens notwendig Forschung auf diesem Gebiet zu etablieren und zweitens die Beitragenden und Herausgeberinnen selbst zu Wort kommen zu lassen. Dies war zentrales Anliegen der vorliegenden Arbeit. Ziel der Arbeit war nicht einen vollständigen Überblick feministischer Kunst-Zines, sondern einen ersten Einblick in die vielfältige, und oft widersprüchliche „Welt der Zines“ aus der Perspektive weiblicher Produzentinnen zu geben.

Schwerpunkt war die Auseinandersetzung mit Zines, unabhängigen, in kleinen, kopierten Auflagen zirkulierenden Heften, die der/die HerausgeberIn selbst herstellt, publiziert und verteilt. Um die gesamte Bandbreite abzudecken, versuchte ich einen möglichst repräsentativen Querschnitt durch die Auswahl des Magazins *regina*, des Kunst-Zines *Neid*, sowie den Comic-Zines von Linda Bilda, Ilse Kilic und Heike Anacker zu erreichen. Die Zines stellen eine lebendige und „authentische“ Form der Kommunikation dar, in denen die Meinung der HerausgeberInnen frei und unzensuriert veröffentlicht wird. Da sie keinen kommerziellen Zwängen unterliegen, sind sie unabhängig vom „mainstream“ und der Durchschnittsästhetik der Boulevardmagazine, d.h. sie genießen absolute Pressefreiheit. Jede

beliebige Geschichte, Meinung, Erfahrung und jedes Thema kann so ungefiltert und unzensuriert abgedruckt und in Heftform verteilt werden. Jede/r kann sich eines solchen Sprachrohres bedienen und in dieser Form seine/ihre Gedanken in die Welt schreiben - in meinem Fall waren es jene von Frauen. Zines sind ein offenes Medium der Kommunikation und des Austausches. Ihr Reiz besteht darin, daß man/frau in ihnen alles lesen, darstellen und schreiben kann. Zines kennen keine stilistischen Grenzen und arbeiten mit Comics, Zeichnungen, Fotos und Literatur.

Im Gegensatz zu den unabhängigen Zines steht bei jeder Ausgabe hinter dem Magazin *regina* eine Institution, die die Herausgeberin organisatorisch, infrastrukturell und finanziell unterstützt. Aus diesem Grund ist *regina* ein Grenzfall zwischen Magazin und Zine. Wie *Neid* ist *regina* ein Kunstprojekt, das nicht nur auf die Zeitschriftenproduktion beschränkt ist. Regina Möller präsentiert gleichzeitig zum Magazin eine Ausstellung, während Ina Wudtke Lesungen, Parties, Events, Performances und auch Ausstellungen organisiert. Auch Linda Bilda ist Herausgeberin von Zines und Malerin. Die Künstlerinnen sind auf mehreren Ebenen tätig und kommen aus dem Kunstkontext. In der Verbindung verschiedener Tätigkeitsfelder kündigen sie ein neues Selbstverständnis als Künstlerin und von Kunst an. Ina Wudtke ist als DJ T-Ina, als „klassische“ Künstlerin und auch als Herausgeberin von *Neid Magazina* tätig. Auch Regina Möller vereint in ihrer Person verschiedenste Betätigungen: Produzentin, Organisatorin, Titelmodell, Layouterin, Künstlerin, usw. Das heißt, es geht nicht mehr um den/die autonome/n Künstler/in, sondern um kulturelle Produktion in den unterschiedlichsten Feldern. Darauf weist auch der auf den ersten Blick nicht erkennbare Kontext von *Neid* hin. Man/frau fragt sich: Ist *Neid* ein Modemagazin? Ein Heft der subkulturellen Szene? Eine Kunstzeitschrift? Doch was zählt, ist nicht mehr ein erkennbarer Kontext, sondern die Verortung in einem kulturellen Feld. Dieser Trend der Auflösung der Grenzen zwischen den Genres läßt sich auch an vielen anderen Zeitschriften ablesen. Interessant ist ebenso die Übernahme „trashiger“ Ästhetik subkultureller Zeitschriften durch die Massenmedien. Daß „trashige“ Ästhetik in der Modefotografie Standard geworden ist, ist z.B. an der „Vogue“ abzulesen. Die Adaption subkultureller Ansätze geschah mit enormer Geschwindigkeit, zum teil durch Leute aus dem Kunstkontext, die dann z.B. in den Modebereich wechselten. Waren die Fotos Claudia Reinhardts in *Neid* zu Beginn klar der Subkultur zuzuordnen, hat diese Ästhetik jetzt in Modezusammenhängen Eingang gefunden.

Ein weiterer Punkt, weshalb ich diese fünf Frauen ausgewählt habe, ist ihr feministisches Engagement. Die Zines, die ich in meiner Arbeit vorstellte, sind Foren für Frauen, in denen

---

<sup>353</sup> Pollock, Griselda: *Vision & Difference. Femininity, Feminism and Histories of Art*, London/New York:

sie von tagebuch- (z.B. Heike Anacker) bis magazinartig (*Neid*) „privates“ durch das Teilen mit anderen öffentlich machen. Damit greifen sie das Schlagwort des Feminismus der 70er Jahre „Das Private ist politisch“ auf und verbinden kulturelle Produktion mit feministischer Politik. Feminismus ist zu einem Bezugspunkt geworden und sein Einfluß ist an den Themen abzulesen: Stand in den 70er Jahren vor allem die Forderung nach Gleichberechtigung im Vordergrund, ist es heute eine viel breitere Palette an Themenkreisen: Homophobie, Homosexualität, Rassismus, AIDS, Umweltproblematik, Jugendrechte und vieles mehr. Viele der Herausgeberinnen haben feministische Lehrveranstaltungen an der Universität besucht und tragen jetzt ihre Sichtweise in Zines und Magazine hinein. Sie benützen diese Medien für politische Interventionen. Ihr kultureller, feministischer Aktivismus zeigt weniger Geschlechterdifferenz auf, sondern dekonstruiert diesen und zeigt, daß Geschlechtsidentität sozial konstruiert ist. In dieser Weise werden feministische Theorie und „Queer Politics“ inkorporiert. Doch die Herausgeberinnen integrieren in ihre Arbeiten nicht nur feministische Theorie, sondern setzten diese auch praktisch um. *Neid* z.B. interviewt Butler und nimmt ihre Ideen in die Zeitschrift auf – die Fotos leben „queer politics“. In Ilse Kilics und Heike Anackers Comic-Figuren ist Feminismus selbstverständlicher Teil des alltäglichen Lebens. Linda Bilda vertauscht in 70er Jahre Manier Frauen- und Männerrollen. Regina Möller dagegen bedient sich des Mediums der Frauenzeitschrift, um „andere“, komplexe Inhalte an ein breiteres Publikum zu vermitteln. Ein Anliegen von Heike Anacker, Ilse Kilic und *Neid* ist die Repräsentation lesbischer Lebensrealitäten. Noch immer ist die Szene alternativer Zeitschriften männlich dominiert und heterosexuell geprägt. Daher sind diese weiblichen Weltentwürfe und diese Form der kulturellen Produktion sehr wichtig.

Schon heute werden die verschiedensten Medien und neuen Technologien für politische Interventionen benützt. Der kulturelle Aktivismus nimmt damit neue Formen an. Das Internet bietet durch geringe Produktionskosten und Sprachbarrieren, neben einer enormen Steigerung potentieller LeserInnen und leichten Zugang optimale Präsentationsbedingungen. Netzwerke, länder- und kontinentübergreifend, bilden sich und ermöglichen so noch regeren internationalen Austausch und Kommunikation. Zines – gerade auch feministische - finden so ein lebendiges Forum. KritikerInnen befürchten, daß dabei das Wesen der Zines, insbesondere ihre Materialität, verloren gehen könnte. Doch auch in Zukunft werden Print- und E-Zines neben- und miteinander existieren und für jede/n etwas bieten. Ich jedenfalls würde mir wünschen, daß sich noch viel mehr Frauen – egal ob in Heftform oder am Netz – dieses Mediums bedienen und ihre Anliegen veröffentlichen.

Der emanzipative Aspekt von der passiven Konsumentin zur aktiven Produzentin bietet ein großes Potential, das einer konsumierenden Haltung produktive Kritik am Bestehenden entgegensetzt. Durch die inhaltliche und künstlerische Arbeit entsteht ein aktiver Denkprozeß mit dem eine eigene Meinung entwickelt werden kann. Diesem Aspekt des „aktiven Denkens“ kommt mit dem rasanten Wachstum unserer Konsumkultur und der damit verbundenen Passivität und Meinungs- bzw. Kritiklosigkeit eine immer größere Bedeutung – vor allem für die Jugend – zu. Der Schritt vom bloßen „sich berieseln lassen“ zum selbsttätigen Tun - Do-it-yourself - ist ein Schritt in Richtung Selbstverwaltung und Selbstbestimmung. Zines stellen damit eine Aufforderung zum Aktivismus dar. Die Perspektive feministischer und künstlerisch arbeitender Frauen bereichert die Vielfalt und den Austausch und ist ebenso wünschenswert wie nicht mehr aus der „Welt der Zines“ wegzudenken.

## 7) Anhang

### 7.1) Unterrichtsvorbereitung

KunsterzieherInnen fordern immer dringender das Verständnis von Kunst in Relation zu ihrem ideologischen und soziokulturellen Kontext und ihrer sozialen Relevanz. Sie lehnen modernistische Betonungen vom Genie, Originalität und Selbstreferentialität ab: „Art is not a free, autonomous activity of a superendowed individual... (but) occurs in a social situation, is an integral element of the social structure, and is mediated and determined by specific social situations.“<sup>354</sup> Erfahrungen und multiple Weltansichten von Menschen verschiedenen Geschlechts, Klassen und Nationalitäten sollen respektiert werden. Erziehung wird als „underlying instrument for change“<sup>355</sup> angesehen und der Begriff einer universalen, objektiven Wahrheit abgelehnt. Wichtiges Stichwort wird „Kontext“: Alle KünstlerInnen müssen im Kontext ihrer Zeit, Erfahrung und Kultur betrachtet werden.

Ich möchte hier ebenfalls für eine gesellschaftsbezogene, kontextuelle Kunsterziehung argumentieren. Kunst, verstanden als Trägerin von Ideen, Werten und Überzeugungen muß in größerem Zusammenhang gesehen, diskutiert und im Verhältnis zu sozialen Werten, Ideologien, Macht, ökonomischen, ethnischen und Klassenüberlegungen verstanden werden. Ich plädiere für einen interaktiven und kooperativen Kunstunterricht. Verschiedene Perspektiven auf Kunst sind einzubeziehen, damit Pluralität und Differenzen erkannt und anerkannt werden. Der *Prozeß* und nicht das Produkt ist entscheidend.

---

<sup>354</sup> Garber, Elisabeth: Implications of Feminist Art Criticism for Art Education. In: Studies in Art Education. A Journal of Issues and Research, Virginia, Vol 32, Issue 1, Fall 1990, S. 17. (zitiert hier Nochlin, 1971)

In diesem Sinne nun mein Vorschlag für die Gestaltung mehrerer Unterrichtseinheiten: Zines, als offenes Medium, eignen sich insbesondere für den Kunstunterricht. Jede/r SchülerIn kann eigene Interessen prozeßhaft folgen und auch ausbilden. Wichtig ist mir dabei ein inter- bzw. transdisziplinärer Zugang und der Einbezug von verschiedensten Techniken. Der Kontext, in dem sich die SchülerInnen bewegen und in dem sie leben, wird einbezogen, gleichzeitig strukturiert er die Produktion (Produkt und ProduzentIn entstehen zu selben Zeit). „Kunst“produktion ist damit nicht abgehoben von der Lebensrealität der SchülerInnen, sondern in deren soziokulturellen Kontext verankert.

- **KLASSE:** 7. Kl. AHS

- **ZEIT:** Projekt über mehrere Wochen (mind. 10 UE = 5 Doppelstunden)

- **AUFGABE:** Produktion eines Zines

Fächerübergreifende, interdisziplinäre Zusammenarbeit mit Deutsch, Englisch, Musik und Informatik

- **ART DER DARSTELLUNG:** Zeitschrift, mögliche Methoden:

- Collage
- Fotos
- Zeichnung
- Comics
- Texte: Artikel, Rezensionen, Gedichte, Erzählungen
- Schrift
- Copy-Art

- **LEHRPLANBEZUG**

Lehrplan der allgemeinbildenden höheren Schulen (1989) für die 7. Klasse: Praktische Arbeit im Bereich Grafik, Schrift, Skizzierendes Darstellen. Reflexion: Stellung des Künstlers innerhalb der Gesellschaft. Querverbindungen zwischen Bildender Kunst und anderen Bereichen visueller Kultur (z.B. Mode, Design) und zwischen Bildender Kunst und anderen Bereichen des jeweiligen Geschehens (z.B. Literatur, Musik).

- **ZIELE**

Allgemeine Lernziele für die Oberstufe (bezüglich des Lehrplanes, 1989):

*Praktische Arbeit*

Die SchülerInnen sollen

- durch eigene Darstellungs- und Gestaltungsversuche ihre Erlebnisfähigkeit im Visuellen und Haptischen bereichern

---

<sup>355</sup> Garber, Elisabeth: Implications of Feminist Art Criticism for Art Education. In: Studies in Art Education. A Journal of Issues and Research, Virginia, Vol 32, Issue 1, Fall 1990, S. 17.

- zu einer ihren Möglichkeiten angemessenen Fähigkeit im bildnerischen Gestalten herangeführt werden
- Material, Verfahren, werktechnische und bildnerische Mittel sowie Ordnungsprinzipien zielgerecht einsetzen lernen
- befähigt werden, bildnerische Arbeitsprozesse zu organisieren und auszuführen und durch Probieren werktechnische und gestalterische Erfahrungen zu erweitern
- lernen, bildnerisches Gestalten als verfügbare Methode zu kreativem Handeln zu gebrauchen.

### *Reflexion*

Die SchülerInnen sollen:

- untersuchen, welche Wirkung ein Werk auf den Betrachter hatte und hat (Rezeptionsverhalten reflektieren)
- durchschauen lernen, wie mit Hilfe ästhetischer Mittel Denken und Handeln beeinflusst werden können
- die Frage nach Entstehungsbedingungen von Werken stellen (geistige, gesellschaftliche, politische, ökonomische Verhältnisse)
- den Bestand an bildnerischen Mitteln, Verfahren, Ordnungsprinzipien sowie das Maß ihrer Verknüpfung zu bestimmten Aussagen untersuchen

### Besondere Lernziele:

- Förderung des individuellen Ausdrucks und der Kreativität durch selbständiges Arbeiten
- Die SchülerInnen gewinnen Einblick in ein subkulturelles Phänomen
- fächerübergreifende und interdisziplinäre Tätigkeit
- SchülerInnen lernen technische und bildnerische Grundlagen einer Zeitungsproduktion
- SchülerInnen verwenden verschiedenste bildnerische Mittel (Fotos/Fotomontage Comics, Zeichnungen, Collagen, Schrift)
- SchülerInnen erleben den Prozeß der Konzeption, Produktion und Distribution
- Soziales Lernen in Gruppen

#### • ABLAUF

- Vorstellung des Themas (Einführung, Zeigen von Beispielen, Verbindung zur Kunst)
- Kurze Vorstellung einzelner Zines durch die SchülerInnen (Gestaltungsweise, Inhalte, ...)
- in Gruppen Ausarbeiten von Themenvorschlägen und bildnerischer Mittel, Diskussion von Möglichkeiten der Einbindung in andere Gegenstände (Musikrezensionen, englische Texte, Gedichte und Erzählungen, Fotomontagen am Computer,...)
- Einteilung in thematische Arbeitsgruppen
- Produktion der einzelnen Beiträge
- Zusammenstellung der Beiträge
- kopieren und Distribution
- Schlußbesprechung

#### • BILDNERISCHE MITTEL

Verschiedenste Darstellungsarten sind möglich und einzubeziehen:

- Zeichnen von Comics (Dialogtexte: Sprechblasen, eigene Formensprache: Symbole, Gestaltung der Schrift, Dynamisierung des Bildes durch Geschwindigkeitslinien, lautmalende Wörter)
- Herstellen von Collagen (Kombination verschiedener Mittel: Fotos, Zeichnungen, Text)



- Fotografieren und kopieren
- Produzieren von Zeichnungen (schwarz-weiß)
- Fotocollagen und Layout am Computer (Kombination mehrerer Fotos am Computer, Photoshop): eventuell Titelblatt; Informationen vom Internet

#### • BILDNERISCHES UND HANDWERKLICH-TECHNISCHES PROBLEM

Je nach gewählter Darstellungsart:

- Anfertigen von Skizzen
- Ausprobieren verschiedener Möglichkeiten
- Comics: zeichnerische Bewältigung der Formensprache und der Dialogtexte
- Collage: Suchen, Ausschneiden, Zusammenstellen, Kleben, Überkleben
- Zeichnungen: Arbeiten mit schwarz-weiß Kontrast (wegen des Kopierens)
- Fotocollagen am PC: Fotografieren, Einscannen, Bearbeiten, Zusammenfügen, Ausdrucken

#### • MATERIAL

- Verschiedenste Zines
- Scheren, Klebstoff
- Zeichenstifte
- Skizzenpapier
- Fotoapparat
- PC, Scanner und Drucker (ev. Mitbenutzung des Computerraumes)
- Zeitschriften für Material zum Ausschneiden (Collage)
- Papier zum Kopieren, ev. für Titelblatt farbiges Papier

#### • THEORETISCHER HINTERGRUND

Für LehrerInnen, die bisher keinen Kontakt zu diesem subkulturellen Phänomen der Zines gemacht haben, und daher auch nicht im Besitz solcher sind, empfehle ich die Rezensionshefte für den deutschsprachigen Raum: den jährlich erscheinenden Reader und Index der Fanzine-Szene, herausgegeben vom Kultursekretariat Nordrhein-Westfalen, Wuppertal, sowie das Verlagsprogramm und den D.L.R.-Katalog von Jens Neumann, Nerotalstr. 38, D-55124 Mainz (der Index ist dort ebenfalls erhältlich).

Im folgenden ein kurzer Überblick über die Zines, was sie sind, woher sie kommen und was sie überhaupt wollen: Fanzines (Kurzform „Zines“) sind vor allem im Zuge der Punkbewegung in den 70er Jahren in den USA und in GB entstanden. Sie sind unabhängige, in kleinen kopierten Auflagen zirkulierende Magazine, die der/die ProduzentIn selbst herstellt, publiziert und verteilt. Die Geschichte der Zines geht u.a. auf die Publikationen der DADA-Bewegung zurück. Zeitschriften von KünstlerInnen wie Hugo Ball, Sophie Täuber-Arp, Hannah Höch, Hans Arp, Francis Picabia oder Tristan Tzara waren zwar nur von kurzem Bestand, aber dennoch höchst einflußreich. Die „Zines“ der DADA-Bewegung weisen viele Parallelen zu heutigen Zines auf. Viele nehmen den Ursprung der Zines in der Science-Fiction-Literatur der 30er Jahre an. In den frühen 80er Jahren entwickelten sich die

Zines in den USA explosionsartig. Im Zuge dessen spezialisierten sich die einzelnen Zines nach den persönlichen Interessen der HerausgeberInnen, z.B. Political Zines, Literary Zines oder Artcore Zines. Wichtiger Aspekt ist die Do-It-Yourself- Philosophie, die hinter der „Zine-Culture“ steckt. Zu Beginn der 90er Jahre wurde diese Praxis auch von KünstlerInnen im deutschsprachigen Raum als Produktionsform aufgegriffen. (Zur näheren Ausführung ist meine Diplomarbeit heranzuziehen, im Speziellen Kapitel 2).

#### • UNTERRICHTSVERLAUF

1./2.UE:

- Vorstellung des Themas durch den/die LehrerIn: Einführung in die Begriffsdefinition, Geschichte, Umfeld der Zines, verschiedene Typen, Vertrieb, Gestaltung und Finanzierung, sowie das Verhältnis von Magazinen und Zines und Girl-Zines; vielleicht eine/r der SchülerInnen ProduzentIn von Zines (Sport-, Musik-Zines...);
- Zeigen von Beispielen; Herausheben bestimmter Merkmale (Typ, Gestaltung, Texte) und Austeilen der Hefte
- SchülerInnen schauen sich Hefte an und stellen einzelne Zines in Bezug auf Gestaltungsweise, Inhalte, Textsorten, Typ, Titelblatt, Auffälligkeiten kurz vor
- LehrerIn sammelt Zines wieder ein, macht Vorschläge über den Ablauf, Vorschläge von SchülerInnen einbeziehen, Möglichkeiten der Konzeption, Produktion und Distribution bereden
- in Gruppen: Ausarbeiten von Themenvorschlägen und bildnerischer Mittel, Diskussion von Möglichkeiten der Einbindung in andere Gegenstände (Musikrezensionen, englische Texte, Gedichte und Erzählungen, Interviews, Fotomontagen am Computer,...)
- im Klassenverband Vorstellen der Ergebnisse der Gruppenarbeit

3./4.UE:

- Einteilung in thematische Arbeitsgruppen (z.B. nach Comics, Interviews, Titelblatt oder nach Themen) und Diskussion wie der Verlauf der Produktion ablaufen soll, inklusive Zeitplan, Möglichkeiten der Distribution und Einbezug anderer Gegenstände für Texte (Musik-, Buchrezensionen, Gedichte, Erzählungen, Bildgeschichten, Interviews)
- Produktion der einzelnen Beiträge in Gruppenarbeit

5./6./7./8. UE:

- Zwischenbesprechungen: Zusammenfassen der bisherigen Ergebnisse, Diskussion über weiteren Verlauf und Tätigkeiten
- Weiterarbeiten an Beiträgen

9./10. UE:

- Einsammeln aller Beiträge und Zusammenstellen im Klassenverband
- kopieren und austeilen in Klasse
- Schlußbesprechung: Diskussion über Produkt: gelungen? Verbesserungsvorschläge? Kritik? Reflexion des Ablaufes im Unterricht
- Distribution in Schule, im Umfeld (Einbringen der Kopierkosten), Verkauf an Elternsprechtagen, Maturaball, Elternabenden,...

Anforderungen an den/die LehrerIn: Zusammenarbeit mit Lehrenden aus den anderen Fächern  
Weitere Anregungen: Publikation des Zines am World Wide Web, Herstellen einer Homepage

#### 7.4) Literaturverzeichnis

##### PRIMÄRLITERATUR

Anacker, Heike: heikes läspencomics, Mönchengladbach, #1-#4, 1994-96.

Dies.: Comic-Zine, Mönchengladbach, 1997.

Bilda, Linda: Politcomix NO. Comix für Erwachsene und Andere, Wien 1996/97, #1-#2.

Kilic, Ilse: Rosa. Ein Schweinecomix, Wien: Das fröhliche Wohnzimmer 1997.

Dies.: Vom kleinen Esli und wie es auf die Welt kam, Wien: Das fröhliche Wohnzimmer, #1-#2, 1996.

Möller, Regina (Hg.): regina. Reproduktion, Stuttgart: Moeker-Merkur, Oktober 1994.

Dies.: regina, München: Parat 1997.

Dies.: regina, Manchester: Cornerhouse 1998.

Wudtke, Ina (Hg.): Neid. Hamburg/Berlin, 1993-98, #1-#7.

Wichmann, Heiko/Wudtke, Ina: Neid. <http://www.thing.de/neid>

##### SEKUNDÄRLITERATUR

Angerer, Marie-Luise (Hg.): The Body of Gender. Körper. Geschlechter. Identitäten, Wien: Passagen 1995.

Dies.: Rrrriot Girls and Angry Women. Stilvoll weiblich. In: Bailer, Noraldine/Horak, Roman (Hg.): Jugendkultur, Wien: WUV-Univ.-Verl. 1995, S. 171-188.

Baldauf, Anette/Weingartner, Katharina (Hg.): Lips. Tits. Hits. Power? Popkultur und Feminismus, Wien/Bozen: Folio 1998.

Bailer, Noraldine/Horak, Roman (Hg.): Jugendkultur, Wien: WUV-Univ.-Verl. 1995.

Bieber, Christoph: Vom Protest zur Profession? Jugendkultur und grafisches Design. In: SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997, S. 266-272.

Butler, Judith: Das Unbehagen der Geschlechter, Suhrkamp: Frankfurt/Main 1991.

Büsser, Martin: Musikmagazine und Fanzines in Deutschland. In: Testcard #2, April 1996, S. 174-189.

Ders.: If the kids are united... Von Punk zu Hardcore und zurück, Mainz: -Verlag 1998.

- Braak, Ivo/Neubauer, Martin: Poetik in Stickworten. Literaturwissenschaftliche Grundbegriffe. Eine Einführung, Unterägeri: Hirt 1990, 7. Aufl.
- Creischer, Alice/Ohrt, Roberto/Siekman, Andreas: Glanz und Elend des Papiers. Kunstfanzines. In: Die Beute. Politik und Verbrechen, 1/95, Nr. 5, S. 116-121.
- Daly, Steven/Wice, Nathaniel: alt. culture. An a-to-z guide to the 90's-underground, online, and over-the-counter, New York 1995.
- Duncombe, Stephen: Notes from Underground. Zines and the Politics of Alternative Culture. London/New York: Verso 1997.
- Dyer, Sarah: Action Girl. Zine-Kultur und wie's gemacht wird. In: Baldauf, Anette und Weingartner, Katharina (Hg.): Lips. Tits. Hits. Power? Popkultur und Feminismus, Wien/Bozen: Folio 1998, S. 100.
- Eichorn, Cornelia/Grimm, Sabine (Hg.): Gender Killer. Texte zu Feminismus und Politik, Berlin: ID-Archiv 1994.
- Friedman, R. Seth: The Factsheet Five Zine Reader: Dispatches from the Edge of the Zine Revolution. New York: Three Rivers Press 1997.
- Frith, Simon/Godwin, Andrew (Hg.): On Record. Rock, Pop, and the Written Word, London: Routledge 1990.
- Das Fröhliche Wohnzimmer-Edition. Das Programm, Wien, o.J.
- Fuller, Peter: Clearing a space for criticism. In Studio International. Journal of Modern Art, September/October 1976, S.113-129.
- Garber, Elisabeth: Implications of Feminist Art Criticism for Art Education. In: Studies in Art Education. A Journal of Issues and Research, Virginia, Vol 32, Issue 1, Fall 1990, S. 17-26.
- Gehr, Richard: Zines. In: Daly, Steven/Wice, Nathaniel: alt. culture. An a-to-z guide to the 90's-underground, online, and over-the-counter, New York 1995, S. 280-281.
- Gelder, Ken/Thornton, Sarah: The Subcultures Reader, London/New York: Routledge 1997.
- Gilbert, Laurel/Kile, Crystal: SurferGrrrls. In SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997, S. 221-227.
- Gottlieb, Joanne/Wald, Gayle: Smells Like Teen Spirit. Riot Grrrls, Revolution und Frauen im Independent Rock. In: Eichorn, Cornelia/Grimm, Sabine (Hg.): Gender Killer. Texte zu Feminismus und Politik, Berlin: ID-Archiv 1994, S. 170-189.
- Green, Karen und Taormino, Tristan (Hg.): A Girl's Guide to Taking Over the World: Writings from the Girl Zine Revolution. New York: St. Martin's Press 1997.

- Grimm, Sabine: Eher uncool. Feministische Zeitschriften und Fanzines. In: Die Beute Nr. 8, 4/95, S. 115-124.
- Grossberg, Lawrence/Nelson, Cary/Treichler, Paula A. (Hg.): Cultural Studies, New York/London: Routledge 1992.
- Hall, Stuart/Jefferson, Tony (Hg.): Resistance Through Rituals, London: Hutchinson 1976.
- Haraway, Donna: A Cyborg Manifesto. Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century. In: Simians, Cyborgs, and Women: the Reinvention of Nature, New York: Routledge 1991, S. 149-181.
- Hebdige, Dick: Hiding in the Light: On Images and Things. London: Routledge, 1988.
- Ders.: Subculture. The Meaning of Style. In: Gelder, Ken/Thronton, Sarah (Hg.): The subcultures reader. London: Routledge 1997.
- Home, Stewart (Hg.): What Is Situationism? A Reader, Edinburgh: AK Press 1996.
- Husslein, Uwe (Hg.): Fandom Research. Reader und Index zur Fanzine-Szene, Mainz: -Verlag, 1998.
- Kennedy, Pagan: Zine: How I Spent Six Years Of My Life in the Underground and Finally....Found Myself...I Think. New York: St. Martin's 1995.
- Kearney, Mary Celeste: The Missing Links. Riot Grrrl – feminsim – lesbian culture. In Whiteley, Sheila: Sexing the Groove. Popular music and gender, London/New York: Routledge 1997.
- Lutter, Christina/Reisenleitner, Markus: Cultural Studies: eine Einführung, Wien Turia und Kant 1998.
- McDonnell, Evelyn, Powers, Ann: Rock She Wrote. Women Writing about Rock, Pop and Rap, London: Plexus Publishing Ltd 1995.
- McRobbie, Angela: Feminism and Youth Culture. From ‚Jackie‘ to ‚Just Seventeen‘. London u.a.: Macmillian Press LTD, 1991.
- Dies.: Postmodernism and popular culture. London: Routledge, 1994.
- Dies. (Hg.): Back to reality?: Social Practice and Cultural Studies, New York: Manchester University Press 1997.
- Meueler, Christof: Pop und Bricolage. Einmal Underground und zurück: kleine Bewegungslehre der Popmusik. In: SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997, S. 35-39.
- Neumann, Jens: Fanzines als unabhängiges Medium jugendlicher Subkulturen, Mainz 1993. Unveröff.
- Ders. (Hg.): Fanzines. Wissenschaftliche Betrachtungen zum Thema. Mainz: -Verlag, 1997.
- NowHere. Louisiana Museum for Modern Art, 15.5. – 8.9.1996, Copenhagen 1996, Volume I und II.

- Ordway, Nico: History of Zines. In: Vale, V. (Hg.): Zines! Vol.I. San Francisco: V/Search 1996.
- Payne, Michael (Hg.): A Dictionary of Cultural and Critical Theory, Oxford: Blackwell Publishers Ltd 1996.
- Plant, Sadie: The most radical gesture. The Situationist International in a postmodern age, London/New York: Routledge 1992.
- Pollock, Griselda: Vision & Difference. Femininity, Feminism and Histories of Art, London/New York: Routledge 1988.
- Reynolds, Simon/Press, Joy: There's a riot going on: grrrls against boy-rock. In: The Sex Revolts. Gender, Rebellion and Rock'n'roll, London: Serpent's Tail, 1995, S.324-331.
- Sassiene, Paul: The Comic Book. The *One* Essential Guide for Comic Book Fans Everywhere, London: Ebury Press 1994.
- Savage, Jon: Pop, Media and Sexuality 1976-96, London: Random House 1996.
- Siedler, Stephan: Bikini Kill. Interview mit Kathleen Kanna und Billy Karen. In: Die Beute, Frankfurt/Main: ID-Archiv, Nr.10, 2/96, S. 106-109.
- Sinclair, Carla: Net Chick. A Smart-Girl Guide to the Wired World, New York: Henry Holt 1996.
- SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997.
- Vale, V. (Hg.): Zines! Vol.I. San Francisco: V/Search 1996.
- Verlag Libertäre Assoziation/Unrast Verlag/Verlag der Buchläden Schwarze Risse/Rote Straße/Edition ID-Archiv (Hg.): 20 Jahre radikal. Geschichte und Perspektiven autonomer Medien, Hamburg u.a. 1996.
- Walker, John A.: International Memorandum. In Studio International. Journal of Modern Art, September/October 1976, S.113.
- Winter, Rainer: Medien und Fans. Zur Konstitution von Fan-Kulturen. In: SpoKK (Hg.): Kursbuch Jugendkultur. Stile, Szenen und Identitäten vor der Jahrtausendwende, Mannheim: Bollmann 1997, S. 47f.