

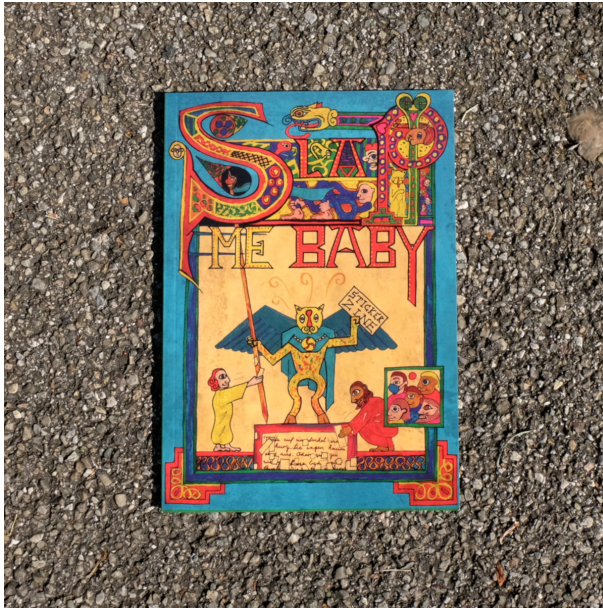


AME BABY

ETICKER
NINE



Bitte auf ein Lochel ein
kurz. Die sagen kaum
et aus. Oder ist zu
weit. Bitte bes. die
Buch. Die. Die. Die.



Slap Me Baby Zine #3

Web Edition, May 2021

Released in September 2020

Cover by Theo Barmettler

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

<https://slapmebaby.ch>
<https://shop.slapmebaby.ch>
insta @slapmebaby4057
email yo@slapmebaby.ch



Welcome to,





Inhaltsverzeichnis

Welcome to Nickleback	stewia	1
Inhaltsverzeichnis / Editorial	niemer	2,3
Slap Me Baby geht studieren	Elena Degen	4
Macht & Konkurrenz	Li0nne	5-8
The Street Is Yours	Max Jappert	8
On the Necessity of Removing Hate-Inducing Stickers	Eberhard Wolff	9-11
Systematische Literaturliste	paavo	12-13
Bitte Anstand Halten	stewia	16
Periphere Umkleidekabinen	alien_stereoheft	17-20
Mapping Slapping	toti lel	21-26
FIG GBU LLE	Catherine L. Tedford	28-29
"Silent Agitators": Early Stickerettes from the Industrial Workers of the World	lu.glue	31-35
Freestyle	stewia	36
Interview with Stickerkitty	Tentakles	37-39
TenTac, Tentack, Tentackles, Tentacos	niemer	40-43
Der Typ vom Foto vs. die Hater	Stickermob Basel	45-48
Die Vielfalt des (K)Lebens	K2RTE	49-51
Untitled	SOLO	52-53
Im Gespräch mit Beekingz	Alun	55-56
mit wem muemer da schlafe zum e wohnig zbecho?	chnoeitoeif_im_schissdraeck	57
Was ist falsch mit Stand-Up-Paddeln	SOLO	58
Sticker Trading vs. Sticker Selling & Buying	OIMRT	59-60
Combo	niemer	61
Der Wolfenschiessen-Sticker		63-65
Impressum		67-68
Bilder	SOLO, stewia und niemer	14, 15, 54, 66
Bilder	Randy Dollar	27, 44, 62

Editorial

Liebe Leser:innen und
Leser*innen

Schon zum 3. Mal haben wir alle unsere Kräfte mobilisiert, um der Sticker Community ein Zine zu widmen. Es ist uns eine grosse Ehre mit Prof. Catherine Tedford aka *Stickerkitty* eine wahre Hochkaräterin unter den vielen tollen Autorinnen dieses Hefts dabei zu wissen. Durch eine von ihr kuratierte Ausstellung im *Neurotitan* in Berlin stiessen wir letztes Jahr auf ihre jahrelange Arbeit und Forschung zu Kleberlingen. Wir beschlossen rasch, einen First Move hinzulegen, nämlich ein volles Paket mit eigenem Material auf die Post zu bringen, um ihre Aufmerksamkeit zu ergattern. Tatsächlich kamen wir schnell in einen regen Email-Austausch, in dem natürlich der Wunsch aufkam, einen Text von ihr zu publizieren. Es klappte, ziemlich problemlos sogar und so beglückt uns in diesem Zine ein Artikel über agitatorische Aufkleber der IWW-Gewerkschaft aus dem frühen 20. Jahrhundert.

Dazu gibts wie gewohnt einen ausbalancierten Mix aus Schabernack und beinhardter Theorie, etwa einem Rückblick auf eine archäologische Exkursion nach Pratteln, zwei Essays, die im Rahmen eines universitären Seminars zum Thema «Aufkleber im öffentlichen Raum» entstanden sind, eine kartografische Arbeit («Mapping Slapping»), die Story hinter einem Kultsticker aus den 80ern mit Ursprung in Wolfenschiessen/NW und natürlich ganz vielen Fotografien und Collagen, den «Sticker, der» (Duden) betreffend.

Markiert euch ausserdem den 6. Dezember 2020 im Kalender, dann gibts nämlich die nächste Slap Me Baby-Sticker Convention. Näheres dazu gibts schon bald auf den üblichen Kanälen.

In diesem Sinne, viel F.U.N. bei der Lektüre und bis bald

SLAP ME BABY



Wenn in Basel irgendetwas mit Stickern zu tun hat, kriegen wir mittlerweile über irgendeinen Weg Wind davon. Anfang Jahr erreicht stewia und mich ein Hinweis auf ein Seminar im Kulturanthropologie-Bachelor der Uni Basel. Das Seminar trägt den vielversprechenden Titel "Aufkleber im öffentlichen Raum". Wir nehmen Kontakt mit dem Seminarleiter Eberhard Wolff auf, woraufhin ein reger Austausch entsteht und stewia und ich als Teilnehmer aufgenommen werden. Ab Februar besuchen wir regelmässig jeden Montag das Seminar in den schönen Räumlichkeiten der Uni am Rheinsprung.

Bis Corona hittet, zumindest. Plötzlich wird auf Zoom umgestellt und Thema sind nicht mehr Aufkleber, sondern die Corona-Aushänge à la "Wegen der Aktuelle Situation™ haben wir zu". Irgendwann finden wir wieder zu den Stickern zurück, die wir in Diskussionen und Referaten behandeln. Am Schluss sind wir alle zoom-fatigue'd und irgendwie überwältigt. Über Aufkleber kommt man in alle möglichen gestalterischen, materiellen, subkulturellen, medialen, gesellschaftlichen und politischen Diskurse rein. Nur, wie findet man ohne Leitfrage oder klar formulierte Forschungsabsicht wieder raus?

Vielen Dank an Jenny für den Hinweis! Dank geht natürlich auch an Eberhard Wolff und an Elena und Max, die wir im Seminar kennengelernt haben. Die zwei folgenden Beiträge stammen von ihnen und wurden mit 3 KP entlohnt.

56852-01 - Seminar: Aufkleber im öffentlichen Raum 3 KP

Semester	Frühjahrssemester 2020
Angebotsmuster	einmalig
Dozierende	Eberhard Wolff (eberhard.wolff@unibas.ch , BeurteilerIn)
Inhalt	In der derzeitigen digitalisierten Welt finden Kleinstmedien eine wachsende Verbreitung (inhaltlich als Twitter, Emojis etc., materiell z.B. als kleine Smartphone-Bildschirme). Als Reaktion darauf befassen sich die Kultur- und Medienwissenschaften in den letzten Jahren verstärkt mit diesem Phänomen. Sie fragen etwa nach den Ursachen, Bedeutungen und Wirkungen der mit den kleinen Medien einhergehenden „Reduktion“. Kleinstmedien haben aber auch eine analoge Vorgeschichte und eine gegenwärtige Realität. Das Seminar greift als Untersuchungsbeispiel dafür das allgegenwärtige analoge Kleinstmedium „Aufkleber“ heraus, das vielgestaltig zwischen Extrempolen wie Polit-Aktivismus und Sammelbildern oszilliert. Die Veranstaltung soll kulturwissenschaftliche Frageperspektiven auf das Phänomen „Aufkleber“ – weit über die nach dem „Kleinstmedium“ hinaus – entwickeln und anhand von Beispielen in der nächsten Umgebung untersuchen.
Lernziele	Entwickeln kulturwissenschaftlicher Frageperspektiven auf das Alltagsphänomen „Aufkleber“ und Anwendung auf Beispiele in der nächsten Umgebung.
Literatur	Wird zu Beginn der Veranstaltung vorgelegt.

Macht & Konkurrenz

von Elena Degen

Hoch oben an der Laterne prangt ein rotblauer Aufkleber mit dem weissen Schriftzug «ÜBER ALLEM KLÄBSCH DU». Die Farbkombination lässt einen Fussballsticker erwarten, dessen Botschaft jedoch nicht auf den ersten Blick entschlüsselt werden kann. Unklar, in welchem Zusammenhang sich die Aussage nun auf den Fussballclub bezieht, verweist der Aufkleber jedoch auf ein Phänomen, das einem im urbanen Raum immer wieder begegnet: Strassenlaternen, Verkehrsschilder, Hauseingänge, Abfallkübel, alles Mögliche wird zugeklebt bis keine Lücke mehr übrig bleibt. Dass dabei nicht nur eine Auseinandersetzung mit öffentlichem Eigentum, sondern auch mit den unterschiedlichen Stickern vorausgesetzt wird, soll in den folgenden Überlegungen zu Macht und Konkurrenz in der Praxis des Auf- und Überklebens thematisiert werden.

Durch die vereinfachte Darstellung und insbesondere die Verbreitung im öffentlichen Raum erzeugen Sticker die Möglichkeit, ein breites Publikum anzuziehen und eigene Ansichten zu verbreiten bzw. auf politische Phänomene oder Fragen hinzuweisen. Somit dient ihre materielle Objekthaftigkeit als Grundlage für die widerständige Praxis des Aufklebens an sich. Beides zusammen wird demnach zum Ausdruck widerständiger Taten, die normatives Verhalten, Regeln und Machtstrukturen hinterfragen. Der Widerstand muss sich dabei nicht direkt gegen einzelne Machtinstitutionen richten, sondern verweist eher auf bestimmte Machttechniken – in der Stadt ist dies in erster Linie die Deklaration von Räumen, die unterschiedlichen Gruppen oder Öffentlichkeiten zugeschrieben werden. «Wer darf sich wo wie verhalten und weshalb dürfen dies andere nicht tun?» scheint dabei eine zentrale Frage, die unmittelbar auch kritisiert, wer diese Regeln aufstellt. Wenn der Philosoph Michel Foucault schreibt «Herrschaft ist eine globale Machtstruktur, deren Bedeutung und Folgen oft bis in die kleinsten Verästelungen der Gesellschaft reichen»¹, dann zeigt er damit auf, dass allen gesellschaftlichen Handlungen und Gegebenheiten Machtstrukturen anhaften, die die Welt einteilen und organisieren. Wenn durch das Aufkleben von Stickern jedoch Widerstand geleistet werden soll, werden zugleich neue Machtstrukturen entworfen. Dies äussert sich darin, dass sich die Sticker ins Stadtbild einschreiben und damit ein Blickregime erzeugen, das die Bewegungen und Wahrnehmungen der Leute in der Stadt lenkt. Dieser Einfluss wird weniger auf inhaltlicher Ebene, als vielmehr im Akt des Aufklebens und den folgenden Reaktionen ausgedrückt. Denn erst durch die Aneignung von Oberflächen, die vielseitig auf Empörung stösst, wird das inkorrekte Verhalten markiert und für alle sichtbar. Die Aufkleber schreiben sich somit ein in die Gestaltung von Raum und Ort und dienen als Spuren, die lediglich noch auf die Abwesenheit des Geschehens verweisen. In der Praxis des Aufklebens wird schliesslich die individuelle Handlungsmacht postuliert, die nach einer Mitgestaltung des Raumes verlangt. Es spiegelt sich darin das Interesse an



der Stadt und dem persönlichen Einbringen in diesen Räumlichkeiten. Die Teilung von Raum mit anderen führt dabei zu einem Ringen um Aufmerksamkeit, indem gleiche Interessen ungleich ausgehandelt werden.

In der Praxis des Aufklebens stossen wir auf unterschiedliche Konkurrenz-aspekte. Denn nebst dem gemeinsamen Ziel, die städtischen Ordnungen zu hinterfragen, wird auch ein interner Wettbewerb ausgetragen. Sticker können sowohl entfernt als auch überklebt werden, sodass ein gleiches Vorhaben zu einer gegenseitigen Auseinandersetzung führt. Die oben genannte Frage, wer sich wo wie verhalten darf, wird nun umgewandelt in die Frage, wer wo was aufkleben darf. Der Handlungswille und die Meinungsäußerung setzen sich der temporären Natur der Aufkleber entgegen, die gerade an der Entfernung, den unterschiedlichen Witterungsbedingungen, aber eben auch am Überleben leidet. Wer mit seinen Stickern also Aufmerksamkeit erreichen will, tut dies durch häufig wiederholtes Anbringen der Sticker an möglichst offensichtlichen, aber nicht zu entstellten Orten. Je schwieriger es ist, einen Aufkleber anzubringen, desto schwieriger wird es auch sein, ihn zu überkleben. Eine allgemeine Hierarchie, ob nun Werbesticker oder politische Anliegen häufiger oder prominenter platziert werden, ist selten auszumachen. Auffällig ist jedoch, dass Fussballkleber fast immer an oberster Stelle kleben. Die Frequenz, mit der sie vorkommen, ist enorm hoch und scheint damit ein Anliegen auszudrücken, das die Begeisterung von und für diese Kultur betont. Dass dieses Interesse aber nicht von allen geteilt wird, spiegelt sich in der Entfernung von einzelnen FCB-Aufklebern. Halb abgekratzt ist der Sticker zwar vielleicht noch erkennbar, doch wird offensichtlich, dass er nicht bei allen Passant_innen auf dieselbe Begeisterung stösst. Nicht immer, aber doch an manchen Orten, wird der Entfernung durch das Anbringen eines neuen Stickers entgegengehalten. So wird ersichtlich, dass es einen Austausch gibt, der sowohl agierend und reagierend, als auch anregend und erregend wirkt. Die Klebenden kontern sozusagen mit ihren eigenen Interessen,

was Fragen der (Ab-)Wertung von anderen Inhalten aufwirft. Diese sind demnach mit dem Anspruch auf territoriales Eigentum verbunden, wie auch mit den emotionalen Wettstreiten, welche Inhalte nun vorhanden sein oder dominieren dürfen. Dass dieses Phänomen natürlich nicht nur in der



Fussballkultur vorkommt, scheint offensichtlich, denn jede vielfältige Gesellschaft zeichnet sich durch Interessenskonflikte aus, die in Bezug auf die Aufkleber im urbanen Raum konkurrierend, aber auch kooperativ ausgetragen werden. Andererseits lässt die Ungewissheit, wie lange ein Aufkleber überleben wird, fragen, ob es sich teilweise nicht auch um einen Wettbewerb mit sich selber handelt, da keine unmittelbaren Gegner_innen vorhanden sind. Oder anders formuliert, die Grenzen zwischen ursprünglicher Aktion und Reaktion bzw. zwischen spontanem Akt und geplantem Vorhaben sind oftmals nicht klar auszumachen. Es soll also nicht behauptet werden, dass jeder hinzugefügte Aufkleber aus einem wettbewerbsmotivierten Moment aufgeklebt wurde. Viel eher könnte auch nach einem kooperativen Vorgang gefragt werden. Denn auch wenn der Konkurrenz ein weites Feld von Vergleichbarkeit, Ordnung und Leistung einverleibt ist, kann man die Praxis des Aufklebens auch von einem gemeinsamen Nenner aus betrachten. Das lässt sich daran erkennen, dass es sozusagen Hotspots von Stickeransammlungen gibt. Wenn an gewissen Orten bereits einige Sticker kleben, spornt das dazu an, noch einen hinzuzukleben. Dies kann dann beliebig passieren oder aber in direkter Auseinandersetzung mit den bereits vorhandenen. Schliesslich ist nicht nur das gemeinsame Ziel vorhanden, die öffentlichen Machtstrukturen zu hinterfragen, sondern auch ein Interesse an ästhetischer Auseinandersetzung mit dem Raum. So kann eine Kommunikation entstehen, die sich erst in der Summe der vorhandenen Sticker ausdrückt und das Gesamtgefüge über die eigenen Interessen stellt. Das zeigt sich entweder daran, dass an gewissen Orten Aufkleber mit ausschliesslich ähnlichen Inhalten prangen, die ein Indiz auf die örtliche Verbreitung von kulturellen Gruppierungen sein kann. Oder aber die Botschaft des Aufklebers wird erst durch die Ergänzung eines weiteren Street-Art Elements auf spielerische und zugleich künstlerische Weise vermittelt. In der Ergänzung liegt zwar weiterhin ein machtorientierter Aspekt, insofern ein Artefakt als nicht eigenständig abgeschlossen angesehen wird, doch steht nun nicht die Leistungsüberbietung, sondern das künstlerische Zusammenspiel im Vordergrund. Vielmehr kann es also auch um ein intermediales Verhältnis gehen, das die Motive zu einem Gesamtgefüge addiert, sodass es zu einer inhaltlichen und oder formalen Auseinandersetzung der einzelnen Aufkleber kommt.

Abschliessend kann also festgehalten werden, dass von vielen Seiten der Stickerszene ein Interesse an der Stadt und ihren Begebenheiten vorhanden ist. Dieses drückt sich in der Vielfalt und Anzahl der Aufkleber aus, worin zugleich auch eine Verbreitung von Meinungen und Vorlieben evoziert wird. Während der eigentliche Vorgang des Aufklebens bereits ein Netzwerk spannt, das mit der Dynamik zwischen Strategie und Taktik, Macht und Widerstand spielt, wird im Ab- und Überkleben ein weiterer (Ver-)Handlungsraum geöffnet, der sich insbesondere durch Differenzierungs-, aber auch Aneignungs- und Kooperationsprozessen ausweist. «ÜBER ALLEM KLÄBSCH DU» drückt somit nicht nur die Begeisterung und Fanliebe zum Fussballclub aus, sondern demonstriert auch machtvoll, wie die sportlichen Konkurrenzverhalten in die Stadt eingebettet werden, wo sie genau so viel Spielraum erhalten. Es wird also offensichtlich, dass es sich bei

Aufklebern nicht nur um Aufkleber handelt, sondern ein Netzwerk dahinter steckt, das über deren Materialität hinausreicht und Fragen des Zusammenspiels, Austausches und der Meinungsfreiheit aufwirft. Allesamt können sie auf eine Aufmerksamkeitsökonomie zurückgeführt werden und demonstrieren das Interesse an Diskursen, der Stadt und Machttechniken, gegen die aufgestrebt und die sich zugleich angeeignet werden.

¹ Foucault, Michel: Subjekt und Macht. In: Ders. (hrsg. v. Daniel Defert et al.): Analytik der Macht. Frankfurt a.M. 2008. S. 263.

High Society - ist ein verblüffendes Kartenspiel für 3-5 aufstrebende Spieler ab 12 Jahren

1 – Geschichten erzählen

In der Mode ist Styling ein gängiger Begriff und oft sogar wichtiger als das Design der Kleider. Denn mit dem Styling bekommt ein Outfit erst Persönlichkeit und Stil. Styling geht auch in der Wohnung und ist nicht zu verwechseln mit der Dekoration. Diese ist nämlich nur aufgesetzt und im besten Fall Schmuck. Styling aber bedeutet das Arrangieren der kleinen Dinge und das Inszenieren der einzelnen Stöcke. Beginnen wir mit der Essenz eines jeden Stylings, nämlich mit dem Erzählen einer Geschichte. Betrachten Sie die einzelnen Teile wie eine Art Wörter, setzen Sie sie so zusammen, dass sie etwas erzählen. Auf diesem Bild, entdeckt über den Blog *The Frugality*, ist das ein Stilleben, das einerseits aufs Land entführt und andererseits in ein Künstleratelier; den Frühling antönt und mit Paris kokettiert.



De It Youraaf (Narcissus), um 1962, Bleistift und Farbstift auf Papier, 40,3 x 65,7 cm
Kunstmuseum Basel, Kupferstichkabinett, Karl August Burckhardt-Koehnle-Fonds 1972

On the Necessity of Removing Hate-Inducing Stickers

by Max Jappert

Explicitly antisemitic, homophobic, racist or otherwise hate-inducing stickers are no rarity even in ostensibly liberal Basel. Once aware of this fact, confirmation bias^{[1](#)} kicks in and they seem to appear everywhere. It's a phenomenon which demonstrates quite shockingly the wide array of uses stickering affords. In this short contribution I seek to examine the phenomenon of hate-inducing stickering and building thereupon conclude with an ethical appeal to actively remove them from public spaces.

Stickers have been used to propagate racism and antisemitism since the dawn of the medium back in the late 19th century, when new industrial methods of mass-production rendered stickers an incredibly cheap option for spreading ideas in visually succinct ways.^{[2](#)} If the practice of inducing hate by stickering is as old as the modern form of the medium itself, it's barely surprising that hate is still being perpetuated through stickering, especially in an age in which systematic hate is still a part of many a politically viable rhetoric.^{[3](#)}

On further abstraction, the hate-inducing practice simply differs from the seemingly absurd perspective that, say, Slap Me Baby approaches its work from. The defining adjective "absurd" is not meant normatively, as in irrelevant or useless. It simply implies that to "outsiders" these stickers barely make any sense. They break expectations of how symbols should work and that's what makes them so appealing to "insiders".

For most hate inducing stickers are not absurd at all. On the contrary, their messages are simple. They seem to heavily rely on key words and short phrases, probably meant to trigger certain existential fears: Loss ("they'll steal your job, your romantic partner, your physical belongings"), marginalization ("we'll soon be outnumbered") and danger ("they're predominantly criminals") are some abstract examples.





Interestingly, nothing is ever really explained on hate-inducing stickers. The key expressions aiming to induce these fears always presume the validity of certain facts without even attempting to support them. In other words, these stickers work similarly to logo-advertisement, whereby a company's logo and slogan are placed as prominently as possible across mass-media's many possibilities of placing a logo and a slogan. Pitch side advertisement in sporting events, roughly half of television programming timeslots, the background of catwalks and interviews and general sponsoring of anything anywhere (think "presented by..." or "sponsored by...") make use of logo-advertisement, to have named a few examples. As with non-absurd stickers, logo-advertisement's defining feature is that no effort gets put into actually convincing the consumer. The slogans themselves don't denote any actual relation with the product.⁴ For example: "I'm loving it", "Just Do It" or "Because You're Worth It" are easily identifiable by any western reader, yet have nothing at all to do with the product they're promoting. They're still some of the most ubiquitous usages of the English language of the past decades. The central idea is rendering reminders of a certain brand's existence as unavoidable as possible, thereby making its products' consumption viable. Mass-media lives off this practice, which basically proves its effectiveness.

Due to these similarities I'm arguing that strategic stickering, the category which most hate-inducing stickers fall into,⁵ should be perceived as a form of ideological advertisement. Through pervasively exposing passive pedestrians to a set of ideas, stickering seeks to subvert dominant moral narratives by habituating people to them (the ideas) through random presence in public spaces. Not burgers, not cosmetics, not sportswear, but simple, yet evocative ideas of how the world works are thereby gradually normalized and rendered increasingly viable options for believing in, promising to make sense out of confusion.

I'd like to conclude from an ethical perspective. Perpetuating systematic hate impinges the realm of free speech. This is important, because as philosopher J. L. Austin showed in a famous lecture in 1955, acts of speech that aren't propositions, so nearly all utterances, fall into the category of performative speech.⁶ The important part of this is that acts of performative speech don't only reflect societal circumstances, as is often the argument against PC-speech; they actively shape them (societal circumstances, that is).

In logical terms: If one agrees that there's nothing inherently wrong with public stickering, as public stickering is a legitimate bottom-up practice of shaping an otherwise top-down and bureaucratically defined urban space, then the same should be true for removing stickers. And if my understanding of hate-inducing stickers is taken to be valid, then hate-inducing stickers have substantial agency. Say we agree that the objective of perpetuating systematic hate is repulsive, then that objective combined with agency is indeed dangerous, concluding in the necessity of removing such stickers on an as large scale as possible. History serves important reminders: there isn't a genocide in history which didn't start with demeaning speech acts and degrading symbolism, with stickers being a substantial part of the most remembered genocide of the 20th century. With this knowledge it becomes clear that it's our job to remove hate-inducing stickers, thereby removing the seed of atrocious prospects.



¹ Conformation bias: The subconscious process of filtering sensual information in a way that tends to confirm our pre-existing beliefs.

² See: Angezettelt. Antisemitische und rassistische Aufkleber von 1880 bis heute. Published by the Centre for Research on Antisemitism Berlin-Brandenburg. Munich 2017.

³ An obvious example therefor is routinely delivered by POTUS Donald Trump, who has, for example, used the symbolism of infestation to describe his idea of immigration, thereby dehumanising non-US-citizens, predominantly Black, Indigenous, and People of Colour in a grossly hate-inducing manner.

⁴ The same is true for the logos, the recognition is purely connotational.

⁵ Predominantly those originating from organized politics.

⁶ See: Austin, J. L. How to do Things with Words. The William James Lectures delivered at Harvard University in 1955. Oxford, 1962. Lecture I, p. 1 – 12.

Systematische Literaturliste (Auswahl / vorläufig)
(i.d.R. auf ADAM)

Journalistischer Einstieg:

Daum, Matthias: Kleb der Stadt eins. In: NZZ. 13.8.2009.

Deutungen des Phänomens „Aufkleber“ aus aktivistisch-kulturwissenschaftlicher Perspektive:

Drognitz, Daniel: Die Ökologien des Klebens - revisited. In: Slap Me Baby Zine /1 (2019). O.S. (8 S.).

Studien über einzelne Formen von Aufklebern:

Angezettelt. Antisemitische und rassistische Aufkleber von 1880 bis heute. Hrsg. v. Technische Universität Berlin / Zentrum für Antisemitismusforschung [Hg.] / Isabel Enzenbach / NS-Dokumentationszentrum München. Berlin 2017.

Pachl, Pamela: Das Phänomen Skatesticker: Bildrezeptionen und Kunstadaptionen in der Skateboardszene. Heidelberg 2017.

Salamon, Hagar: Israel in the making: stickers, stitches, and other critical practices. Bloomington 2017.

Historisch-Materialkundlicher Ansatz

Pieske, Christa: Das ABC des Luxuspapiers. Herstellung, Verarbeitung und Gebrauch 1860 bis 1930. Berlin 1983.

Parallelbeispiele „kleiner Medien“

- „Memes“

Stemmann, Anna: Bild-Text-Dynamiken in digitalen Kulturen. Memes als Bausteine der Populärkultur. In: Schnittstellen der Kinder- und Jugendmedienforschung. Hrsg. v. U. Dettmar/ et al. Stuttgart 2019. S. 135–147.

Originalität und Viralität von (Internet-)Memes. Themenheft der Zeitschrift „Kommunikation @ Gesellschaft“. Hrsg. v. Georg Fischer/ Lorenz Grünewald-Schakulla. 19. Bd. 2018. Darin insbesondere:

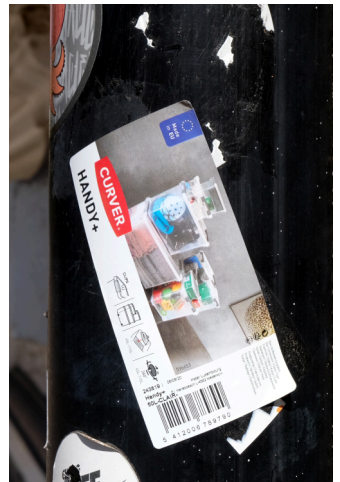
- o Dreyfürst, Stephanie: Vom Emblem zum Meme. Oder wie aus einem Internetphänomen der Gegenwart wurde. In: Kommunikation@Gesellschaft 19 (2018). S. 1–23.
- o Grünewald-Schakulla, Lorenz/Fischer, Georg: Überlegungen zu einer textuellen Definition von Internet-Memes. In: Kommunikation@Gesellschaft 19 (2018). S. 1–10.

- Möbius, Simon: Humor und Stereotype in Memes. Ein theoretischer und methodischer Zugang zu einer komplizierten Verbindung. In: Kommunikation@Gesellschaft 19 (2018). S. 1–23.
- Piegsa, Oskar: Wann ist ein Meme ein Meme? Ein E-Mail-Austausch anlässlich der plötzlichen Popularität des RUN-DMC-Logos. In: Kommunikation@Gesellschaft 19 (2018).
- Briefmarken
Philatelie als Kulturwissenschaft. Hrsg. v. Dirk Naguschewski/ Detlev Schöttker. Berlin 2019.
- Social Media
Schönberger, Klaus: Protest-Selfies als Artikulation des Gemeinsamen. In: Fotogeschichte /154 (2019). S. 47–52.
Schankweiler, Kerstin: Selfie-Proteste. Affektzeugenschaften und Bildökonomien in den Social Media. 2016.
- Etikettierung
Bergmann, Sven: Aufkleber: Die Etikettierung von Verwandtschaft im IVF-Labor. In: Materialisierung von Kultur. Hrsg. v. Karl -[Herausgeber]- Braun. Würzburg 2015. S. 521–526.
„Kleine Medien“ allg.
Ruf, Oliver/Schaffers, Uta: Kleine Medien : Kulturtheoretische Lektüren. Würzburg 2019.

Ausstehend:

Spinnen, Burkhard: Zeitalter der Aufklebung: Versuch zur Schriftkultur der Gegenwart. Münster [etc.] 1990.





BITTE ANSTAND



Periphere Umkleidekabinen

Sich dem Thema Stickers «seriös» zu widmen hat diverse Vorteile: Mensch wird dauerhaft und ungefragt mit neuen Stickers versorgt und manchmal, wie in diesem Fall, gar zur Besichtigung einer stillgelegten Mitarbeiter:innen-Umkleidekabine in einem ehemaligen Logistikzentrum eines Grossverteilers herbeigerufen.

Wir schreiben den Mai 2020. Es ist Lockdown, Zeit endlich mal die «eigene» Region, innerhalb dieser sogenannten «Landesgrenzen» besser kennenzulernen. Wenn Zeit da ist, gehts mal nach Aesch, mal nach Ettingen, dann Waldenburg, MuttENZ, Biel-Benken und in diesem Fall nach Pratteln. Weil das kollektive Backfieber ausgebrochen ist, gehts zunächst mit dem Auto der Boomer-Eltern nach Gelterkinden/BL einen Pizzastein abholen, der wenige Tage zuvor auf Tutti reserviert wurde.

Via Liestal, dem prunkvollen Hauptort Basellands, landen wir schliesslich sicher in Pratteln/BL, wo uns eine zweiköpfige Delegation des Youtrition-Permakulturgartens in Empfang nimmt, um uns durch das Gelände zu führen. Mit Kopflampe und Handytaschenlampe ausgerüstet, beginnt unsere Tour durch dieses riesige, an vielen Stellen stockdunkle Gebäude, dem feuchtgewordenen Traum aller Urban Exploration-Liebhaber:innen. Endlose, verwinkelte Gänge, fussballfeldgrosse Räume, hohe Decken, Schimmel an den Wänden, garniert mit liegengebliebener Deko von ehemaligen Mitarbeiter:innen. Dann sind wir da, in der ehemaligen Männer-Umkleidekabine, deren Spinde über Jahre und Jahrzehnte grosszügig und liebevoll mit sorgfältig selektierten Aufklebern geschmückt wurden.

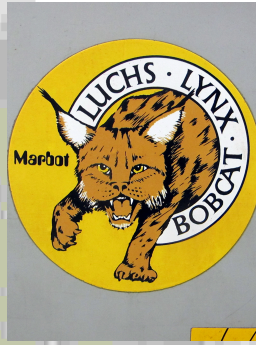


Wenig überraschend fehlen die hochpolitischen Aufkleber, befinden wir uns doch an einem Arbeitsplatz (möglicherweise wurden die Gewerkschaftsaufkleber, aber auch einfach im Innenbereich der Spinde angebracht). Das abgebildete Themenspektrum der Aufkleber ist dennoch eine Wucht und bietet auf herausragende Art und Weise Einblick in die Welt der Aufkleber aus den «goldenen» 1970er bis 1990er-Jahre, als der Sticker noch fixer Bestandteil einer PR-Kampagne war. Ferienorte, Kampfsportarten, Automarken, Grossveranstaltungen, KMUs, Volksabstimmungen, vor allem aber der AC Milan sind mit ihrem Material präsent. Vom einzigen Poster im Raum, einem Teamfoto der Rossoneri grinst gar der ehemalige Vereinsbesitzer Silvio Berlusconi.





In archäologischen Forschungskreisen sind wir uns bei der Frage uneinig, ob diese Hall of Fame über Jahre hinweg entstand und an irgendeinem Punkt "fertig" war, oder ob eine jahrelang zusammengetragene Sammlung auf einem Schlag, an einem sogenannten "Tag X" verklebt wurde.



Unbezahlte Werbeanzeige: _____

4133
GÄRTNEREI

JOIN
GEMEINSCHAFTSGARTEN
PRATTELN!

www.youtrition.ch

Mapping Slapping

Was Stickers über eine Stadt verraten.

von alien_stereoheft



Das Projekt, die vielen Sticker in Basel zu dokumentieren und auf einer Karte festzuhalten, begann im Februar 2019. Nach der Abgabe meiner Masterarbeit und vielen Spaziergängen mit ausgiebiger Betrachtung der urbanen Umgebung fiel mir auf, dass sich Sticker-Inhalte je nach Stadtteil verändern. Noch geprägt vom universitären Forschungsdrang beschloss ich, diese Beobachtung nachzuprüfen und quasi jede Ecke Basels auszukundschaften. Wie viel Zeit dieses Projekt in Anspruch nehmen wird,

wusste und weiss ich bis heute nicht ganz genau. Es ist ein Freizeitprojekt, das (noch) keine Methode verfolgt - alles, was hier festgehalten ist, basiert auf Schätzungen und "einfach mal machen". Dies ist ein Versuch, erste Beobachtungen auf möglichst wenig Platz zu bringen (man sagte mir, das Zine wird ziemlich voll).

Wie fängt man die Essenz einer Stadt ein?

Städte sind ständig im Wandel, geprägt durch die Menschen,

die darin wohnen. So hat jede Stadt ihre eigenen Insider, ihren eigenen Geist. Das äusserliche Bild, das durch politische und bauliche Entscheide verändert wird, ist nur die Oberfläche. In der Streetart zeigt sich die Essenz der Stadt: welche politischen Kleinkriege werden hier ausgetragen? Wie viel Platz hat das Zufällige? Wer wohnt hier und wie zeigt sich Diversität und Kreativität? Streetart ist vergänglich - auch deshalb war es mir wichtig, eine Momentaufnahme der Sticker-Szene zu erstellen, ein Eindruck einer Subkultur. Wer weiss, welche Motive in 5 Jahren noch /wieder / neu herumkleben werden. Seit dem Start der Dokumentation ist an zahlreichen Orten Neues dazu-gekommen oder abgerissen worden - ein nie endendes Projekt, wenn man die Stickerkarte aktuell halten will.

Mapping Basels Stickerkultur

Der coronabedingte Lockdown kam mir für das Füllen der Stickerkarte ziemlich entgegen: viel Zeit, wenig Menschen unterwegs, eine einigermaßen sinnvolle Beschäftigung. So fotografierte ich also Regenrinnen, Schilder und Pfosten und setzte einen Marker nach dem anderen auf meiner Karten-App. Bis Ende Juli zählt die Karte über 400 Markierungen.



Sichtbares

Rein optisch fällt auf: Stickers sind da, wo viel öffentliches Leben stattfindet. In der Innenstadt, in und um Kulturbetrieben, an Bahnhöfen. In den (besonders familienfreundlichen) Wohnquartieren lässt die Sticker-Dichte langsam nach. Hotspots sind Orte wie der Erasmusplatz, das Hirscheneck oder der Hafen. Und: Sticker sind meistens in der Mehrzahl zu finden - selten klebt nur ein einziger an einem Ort. Es gleicht zum Teil einem klebstoffgetriebenen Kräfte-messen: das Revier soll so gross wie möglich sein.

Politische Inhalte vs. Meme-Kultur
Inhaltlich lassen sich grob folgende Kategorien von Stickers zusammenfassen:

1. Politische Inhalte / Statements

2. Fan-Sein

Im Fall von Basel meist die omnipräsenten FCB-Stickers, aber auch von Bands.

3. Werbung / Merch

Überschneidet sich zum Teil mit Kategorie 2. gemeint sind auch Stickers von Vereinen (Fasnacht), Anlässen, Museen oder Lokalen.

4. Random / just for the sake of it

Alle Sticker, die des Stickerns willen geklebt werden, ob einfach nur hübsch anzusehen oder als Parodie auf Bestehendes (Beispiel: “dini mueter”). Alles, was keinen sichtbaren inhärenten Zweck verfolgt. Diese Kategorie ist für mich die interessanteste, da diese Art von Sticker am meisten über die Werte der Stadtbewohner*innen aussagt (nebst den politischen Statements). Selbstreferentielle Sticker-Serien, Kollaborationen, Ursprung oder Weiterführung von Memes sind Teile dieses Stickerns um des Stickerns willen. Nun werfen wir einen Blick darauf, wie diese Kategorien in der Stadt verteilt sind.

Der FCB ist überall, politischer Diskurs im Kleinbasel

Basels Stickerlandschaft wird stark durch die FCB-Sticker geprägt. “Über allem kläbsch du” ist mehr als nur ein Spruch. In jedem Stadtteil sind sie auszumachen. Rund ums Joggeli (natürlich) und in der Grossbasler Altstadt sind sie stärker vertreten als zum Beispiel im Klybeck, aber nie ganz abwesend. In den Wohnquartieren, wo allgemein weniger klebt, sieht man eher einen FCB-Sticker als etwas anderes. Fussball ist ein Massenprodukt, ob man will oder nicht. Quasi die Kultur, die sich über alles andere drüberlegt. Andere Fansticker sind meist von (Basler) Bands, sind aber im Vergleich zum FCB in der Unterzahl und weit weniger breit gestreut zu finden.



Politisch aufgeladene Sticker gibt es sehr viele in Basel, die Verteilung ist allerdings weniger flächendeckend als FCB-Sticker. In Kleinbasel dominieren u.a. Klimastreik, Diskussionen um Frei- und Wohnraum und Statements gegen Rechts. Auch im St. Johann findet man politisch motiviertes Klebematerial. In beiden Stadtteilen

Dass diese Motive genau dort kleben, ergibt Sinn. Besonders die Diskussion um Wohnraum betrifft oft diese Stadtteile und diese “Zielgruppe” - daraus entstehen dann wieder neue Stickermotive, die vielleicht wiederum andere inspirieren und so weiter. Ein selbstverstärkender Effekt befeuert die politische Klebekultur.



(4056 und 4057) wohnen viele Studierende, Künstler*innen und andere “junge & urbane” Menschen (Hipsters und so)*. Die Sticker repräsentieren die politische Gesinnung und die Anliegen der Menschen, die dort wohnen. Es sind auch die jungen Kreativen dieser Stadt, die die Stickermotive überhaupt erst erschaffen.

Die “random” Sticker sind, der allgemeinen Stickerdichte entsprechend, eher in den kulturellen Ecken Basels zu finden; allerdings in allen Stadtteilen, die über kulturelle Ecken verfügen. Manche Motive sind lokal begrenzt, andere sind über die Stadtgrenzen hinaus bekannt (wie the one and only niemert wöt das). Hauptsache,



öffentlich und in guter Gesellschaft. Der Zusammenhang ist naheliegend; bevorzugt fängt man dort zu kleben an, wo man wohnt, arbeitet oder feiert. Eine andere demografische Begründung: an diesen Orten sind eher die Leute unterwegs, die die Memes und Referenzen dieser Stickers verstehen und ggf. reproduzieren. Es sprengt den Rahmen dieses Texts, aber natürlich könnte man die Sticker der Kategorie 4 noch weiter unterteilen und nach Stadtteilen, Inhalten usw. untersuchen.

Auffälliges

Nebst dem politisch links orientierten Kleinbasel sind mir noch andere, sozusagen hyperlokal begrenzte Sachen aufgefallen.

Marker 331: St. Alban-Tal. Klar zu erkennen, dass sich das Kunstmuseum in der Nähe befindet. Rund um das Kunstmuseum herum sammeln sich die farbigen Aufkleber und prägen so das Erscheinungsbild der Stadt mit. An dieser Stelle könnte man sich fragen, inwiefern solche Sticker der Kategorie “Merch” denn überhaupt als Teil der ganzen Stickerkultur gesehen werden können. Aber auch das ist eine Frage für ein anderes Mal.

Marker 341: Lehenmattstrasse. Sticker mit rechten Parolen tauchten lokal begrenzt auf das Breitequartier auf. Warum genau dort weiss ich nicht. Ich vermute, dass noch andere Stellen damit beklebt wurden, sich da aber



bereits darum gekümmert wurde. Man kann nur raten, ob die FCB-Sticker daneben von denselben Personen hinterlassen wurden.



Marker 10: Rappoltshof. Spuren von abgerissenen oder dem Wetter zum Opfer gefallenen Sticker sind immer wieder sichtbar. Auch solche Orte sind spannend. Ein leerer Pfosten zeigt nochmals die Verfügbarkeit dieser Streetart-Form auf, entweder wetterbedingt oder stickerhassenden Menschen zum Opfer gefallen. Solche Stellen sind nicht begrenzt auf ein bestimmtes Gebiet, jedoch gibt es zum Beispiel im Gundeli allgemein wenig Stickers, dafür in Bahnhofsnähe einige solcher Pfosten.

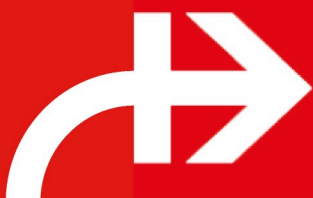
tl;dr

Was verraten Stickers über eine Stadt? Kurzfazit: sie reproduzieren zu einem gewissen Grad die demografische Verteilung innerhalb der Stadtteile und geben Aufschluss über die Kultur-Orte. Stickers geben Hinweise auf den politischen Grundton einer Stadt (oder dessen Opposition) und darauf, welche Sportvereine am beliebtesten sind. Die Menge und die Inhalte der Sticker sind dabei entscheidend. Es ist ein Projekt, das nie abgeschlossen ist, das aber Spass macht. Und es hat mich dazu animiert, selbst Stickers zu machen. Danke dafür!

**kann man sich beim Amt für Statistik ansehen und Schlüsse daraus ziehen:
<https://www.statistik.bs.ch/zahlen/tabellen/1-bevoelkerung/bestand-struktur.html>*

Andy Boller ist Pianist und Sänger aus den USA. Er lebt und arbeitet in Basel. Auf seinem Instagram-Profil **@randydollar1** dokumentiert er geradezu obsessiv das Sticker-Geschehen in Basel. Auf den Seiten mit den quadratischen Bildern findet ihr eine Auswahl aus seinem Feed.





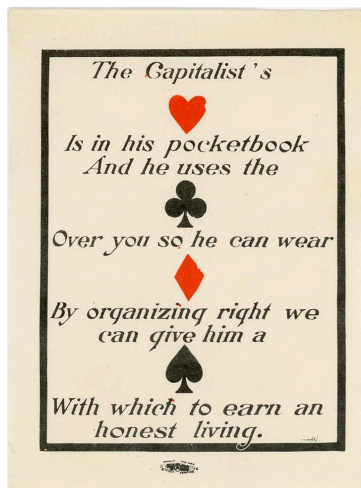
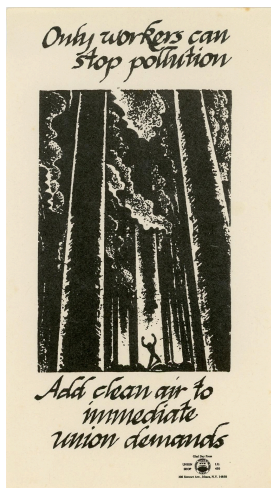
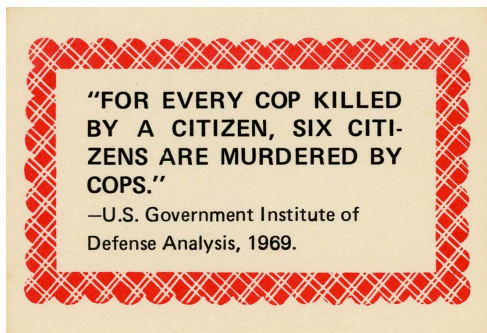
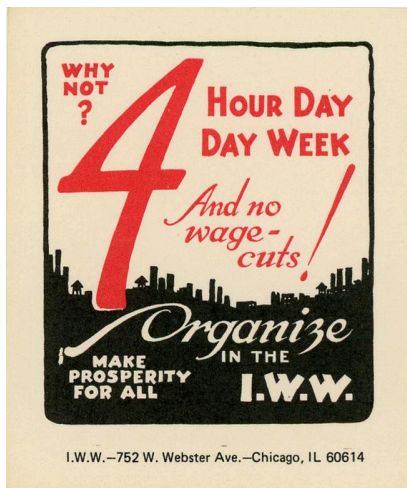
FIG



AROUND CONNEWITZ LEIPZIG 2020

GBU LLE

presented by toti lel



“Silent Agitators”: Early Stickerettes from the Industrial Workers of the World

by Catherine L. Tedford

Hidden in plain sight, publicly placed stickers with printed images and/or words have been used for a century around the world as a form of social protest or to advocate political agendas. In the United States, some of the earliest political stickers were produced by the Industrial Workers of the World (the I.W.W., or “Wobblies”) in the early 1910s. Founded in Chicago in 1905, the I.W.W. fought for economic justice for the working class using many tactics, one of which was the widespread use of cartoons, slogans, leaflets, poetry, and songs that appealed to uneducated, immigrant, and itinerant workers. Stickers were used to promote the I.W.W.’s vision of “One Big Union,” to recruit new members, to oppose unfair working conditions, to intimidate bosses and strikebreakers (or “scabs”), and to condemn capitalism.

Known as “silent agitators,” I.W.W. stickerettes were printed in red and black on lightweight gummed paper measuring from 1½ x 2 inches to 3 x 4 inches. The union’s weekly newspaper *Industrial Worker* first advertised “stickers” in 1911, offering 1,000 for \$1.00. During a more ambitious effort a few years later, an advertisement in a November 1915 edition of the weekly newspaper *Solidarity* featured a new series of eleven different designs for \$1.00 per box of 1,100. The newly dubbed stickerettes gained popularity quickly; between 1915 and 1916, a million stickerettes were printed by the I.W.W. and distributed across the country, often by workers traveling from job to job. In March of 1917, a second series of fifteen stickerettes with four new designs was advertised for the same low price. A million stickerettes sold out within two months.

Union member, poet, and commercial artist Ralph Chaplin created several early stickerette designs. In his 1948 autobiography, *Wobbly: The Rough—and—Tumble Story of an American Radical*, he recounts that during the peak of the I.W.W. propaganda campaigns (1915—1917), stickerettes could be found on “every boxcar in the country,” as well as “skid—road” flophouses, lampposts, and billboards, [and] such minor items as pitchforks, pick handles, shovels, bunkhouses, factory gates, and even jail houses, all of which were generously decorated with I.W.W.

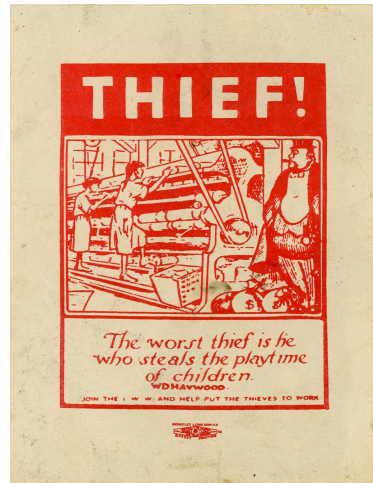
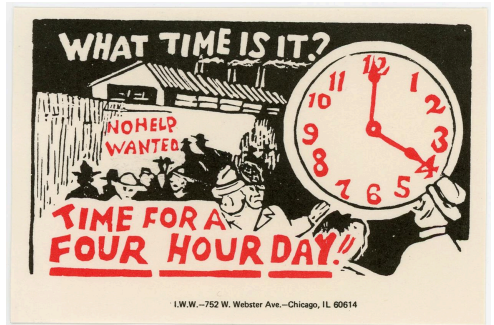
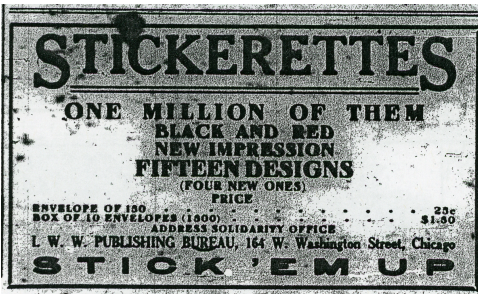
colors and ideas." A poem in *Solidarity* called "Stick 'Em Up" even dubbed April 29, 1917, as "Stickerette Day."

*Now all the bosses and their stools will think they're out of luck,
To see the spots of black and red where Stickerettes are stuck;
And after they have scratched them off and shook their fists and swore,
They'll turn around to find again another dozen more.
Upon the back of every truck, on packages and cards,
Upon the boats and in the mines and in the railroad yards,
From Maine to California and even further yet,
No matter where you look you'll see a little Stickerette!*

Another three million stickerettes were printed for May Day of 1917, with 65,000 in a variety of foreign languages—something to be expected given that the I.W.W. was the only union in the country to welcome immigrants, along with women, Black people, Asians, Jews, and other marginalized groups.

Inspired by commercial advertisements, Chaplin's stickerette designs incorporated catchy slogans and striking visual graphics that were both elegant and easy to understand. One of his most well-known illustrations, "BEWARE/SABOTAGE," depicts a hissing "sab cat" or "sabo—tabby" with arched back and claws extended, silhouetted by a blood red moon. Chaplin stated that the black cat was commonly used to represent sabotage on the job as a means to "frighten the boss." The labor folklorist Archie Green further explains that "the black cat is an old symbol for malignant and sinister purposes, foul deeds, bad luck, and witchcraft with countless superstitious connections. Wobblies extended the black—cat figure visually to striking on the job, direct action, and sabotage." Sabotage is also represented in the stickerettes with the image of a large wooden clog or "sabot" crushing a fat capitalist grasping for coins (sabot, the French word for clog, is the root word for sabotage as workers during the Industrial Revolution allegedly threw clogs into machines as a way to hinder production).

And Chaplin wasn't the only artist designing the stickers. The exhibition *Wobbly: 80 Years of Rebel Art*, held at the Labor Archives and Research Center in San Francisco in 1987, identified some additional stickerette artists, such as William Henkelman, a sign painter by profession, and C.E. Setzer, a.k.a. "CES" or "X13," a construction worker on the Los Angeles Aqueduct.



As the United States entered into World War I, many in the I.W.W. considered American involvement to be a capitalist scheme to enrich the elite while sacrificing the working class on foreign soil. Chaplin became editor of *Solidarity* and printed anti—conscription and anti—war editorials and cartoons from late 1916 to early 1917, as well as stickerettes like “Why Be a Soldier? Be a Man — Join the I.W.W and Fight on the Job for Yourself and Your Class¹.” In September 1917, the federal government simultaneously raided I.W.W. headquarters and meeting halls across the country, leading to the arrest of 184 union members on charges of interfering with the war effort and sedition under the Espionage Act of 1917, passed only months beforehand. Chaplin himself was arrested and served five years of a 20—year sentence at Leavenworth Penitentiary, though he continued to write and draw while behind bars.

It’s difficult to imagine how ubiquitous I.W.W. stickerettes were a hundred years ago, given how rare they are today.

I.W.W. stickerettes were an effective means of communicating concepts of political resistance, class struggle, economic justice, and workers’ rights at a time of great turbulence in American history a century ago. As one of the most democratic forms of creative expression, stickers today continue to question the status quo, call out injustice, and speak truth to power.

For more information:

- Tony Bubka, “Time to Organize: IWW Stickeretts [sic],” in *The American West*, January 1968: 21—28, 73.

- Ralph Chaplin, *Wobbly: The Rough—and—Tumble Story of an American Radical* (Chicago: The University of Chicago Press, 1948).

- Jeffory A. Clymer, *America’s Culture of Terrorism: Violence, Capitalism, and the Written Word* (Chapel Hill: The University of North Carolina Press, 2003).

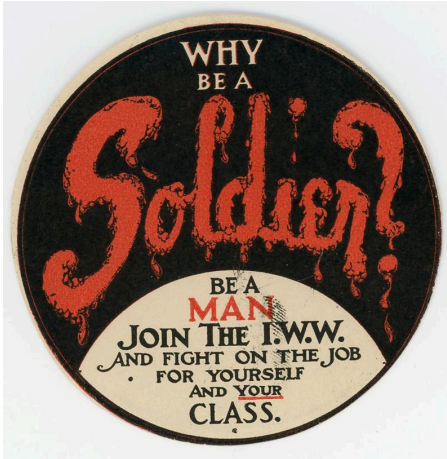
- Greg Hall, *Harvest Wobblies: The Industrial Workers of the World and Agricultural Laborers in the American West, 1905—1930* (Corvallis: Oregon State University Press, 2001).

- Joyce L. Kornbluh, ed., *Rebel Voices: An IWW Anthology* (Oakland: PM Press, 2011).

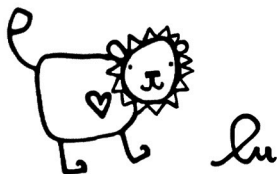
- Mark W. Van Wienan, *Partisans and Poets: The Political Work of American Poetry in the Great War* (Cambridge: Cambridge University Press, 1997).

- Bernard A. Weisberger, "Here Come the Wobblies," in *American Heritage*, June 1967: 30—35.

1



Don't Forget Stickerette Day,
STICK 'EM UP.



STICKERKITTY

interviewed by Stewia

Catherine Tedford is gallery director at St. Lawrence University in Canton, New York. She writes about political stickers on her research blog *Stickerkitty* and has presented papers at academic conferences in England, Germany, Scotland and the United States. We contacted her a couple of months ago by sending her our stickers and zines and asked if she would like to contribute to our thirdzine with an article. Many emails later it was done and her text *“Silent Agitators”: Early Stickerettes from the Industrial Workers of the World* found its way to our magazine. To give the readers a more comprehensive picture, we asked her to answer a few questions about her work and the global sticker community.

Can you describe how your interest in stickers began and how it found its way into your academic work?

I first discovered publicly placed stickers while visiting Berlin in 2003. It changed my entire relationship to that city and to every other city I've ever visited since that time. I have spent hundreds, probably thousands, of hours roaming around cities looking for stickers. At the time, I also initiated a digital archive at the university where I work as gallery director in order to catalogue what I was finding, and for teaching and research. Many students have helped with the project over the years. I've integrated stickers into the curriculum through class discussions, traveling exhibitions, lectures, and hands-on workshops. You can read more about the archive on the *Artstor* Blog.¹

Are there countries, regions or cities that you think have an outstanding sticker culture?

Hands down, yes, Berlin is unparalleled in terms of a thriving sticker culture, as are parts of NYC and Montreal, the latter of which are both geographically close enough for me to make regular trips to look for stickers (at least before the pandemic). Berlin and Montreal are both cities marked by conflict and struggle, which affects what you see in the streets.

What distinguishes the sticker in public space from the countless images we see day by day in the feeds of online platforms?

The images found online are all mediated and equalized by the screen. Stickers in real life have materiality and texture. Paper stickers are different than vinyl stickers. Hand-drawn postals are different than stenciled or commercially printed stickers. Stickers have personalities. Some shout; others whisper. Stickers are made by real human beings who have something they want to communicate to the world around them.

Is there a "danger" of an institutionalization of the sticker game, similar to what happened to graffiti with commercial street art, or do you see a chance in it?

As someone who has organized sticker exhibitions, i.e., taking stickers out of their original context and putting them into galleries, I see how that changes the meaning and intent of stickers. I don't see it as a problem, however. It's just different. Students who visit the sticker exhibitions love them. Artists have also been keen to get involved. It's important to acknowledge the context in which stickers are made and viewed, and to avoid any sort of commercialization. I do my work in an educational, non-profit environment, which makes a big difference.

Do you have one or more personal favorite artists who make stickers?

I love just about every sticker I come across, to be honest, but I'm really drawn to one-of-a-kind handmade stickers. They're usually so earnest. Or mischievous. Or silly. It's all good.

We have the impression that there are more female artists who make stickers than in graffiti. Do you share this impression?

I'm more familiar with stickers than with the graffiti world, but I know that the Under Pressure² graffiti festival in August every year has made it a point to feature female artists. My friend Oliver Baudach at Hatch Kingdom³ in Berlin has also done a wonderful job for years working with female sticker artists. We recently organized a traveling exhibition called *She Slaps: Street Art Stickers by Women Artists From Around the World*.⁴

What will the sticker game look like in 20 years? Do we have to expect major upheavals, new technical possibilities, increased acceptance, stronger repression or something completely different?

That's a great question. I've wondered that, too, since I've been stickering for the past 17+ years. I think the motivation and reason to make stickers will continue. It's the neighborhoods that will change, usually due to urban development and gentrification. Certain parts of Manhattan in the early 2000s were peppered with stickers. Today, those same streets have been stripped clean in favor of luxury condos and shopping centers. But sticker artists will find other places to share their creations. They are unstoppable.

Thank you so much for your words and of course for your whole work for the global sticker community. We are looking forward to stay in touch with you.

¹ <https://www.artstor.org/2017/01/04/sticky-art-the-street-art-graphics-collection/>

² <https://underpressure.ca/>

³ <https://www.stlawu.edu/content/she-slaps-street-art-stickers-women-artists-around-world-0>

⁴ <http://hatchkingdom.com/>

DAS WORT ZUM MONTAG
TEN TACOS
HERMANOS
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
HALLO, ich bi de
Rüebli maa, lueg
e mol mis Rüebli ah!
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTAKLES CREW
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTACK!
STRAFFE
AMT
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
F C K
C P S
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
How Life
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TACOS
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
STRECKEN
PICHAFFE
LERNE
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTAK
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
WIR KLÄBER
PUTET, GHÖRT
JIGSPERRT!
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
BRUCHSCHAU E
UMARMIG ?
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
NIQUE LA POLICE
FIGG D' BULLE
FUCK THE POLICE
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
WENN DU STIRBST MERKEN
ES NUR DIE ANDEREN...
GENAU SO WIE WENN
DU DUMM BIST!
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
FLIPPE AM MORGE
HEILT KUMMER
GORDE
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
tentac
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
 **← SCAN FOR NUDES!**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
MACH BLAM
DUM CHEF ISCH DAS EGAL
WENN AR AM POOL SITZT!
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
I need my Safe-Space

VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG
**THE SUN IS UP
THE SKY IS BLUE
IT'S BEAUTIFUL
AND SO ARE YOU**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
SCHIEDS BETT
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
GRIEN
Gehe Grau! FÜCK BETT
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
**MI FIRST ACPO TRIP
WAS MORE SPECIAL
THAN MI FIRST KISS**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
WEME FOR
BIKINI BITTUM
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
WTF
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
**WEEN DER AFKE MIT DEN
MEISTEN BANANEN TOT IST,
IST ER TROTZDEM TOT**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV



DAS WORT ZUM MONTAG

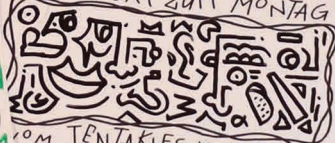
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
RAVE
OR
DIE

VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
TAUBEN
FÜTTERN IST
TIER-QUALEREI!
 (DANKE)
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
**MANCHE SCHEUEN
KLUGE BÜCHER
SUCHEN SICH
LIEBER EINEN FÜHRER**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG

VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

DAS WORT ZUM MONTAG
GO → **THAD**
SWH ← **OR**
VOM TENTAKLES KOLLEKTIV

Ich heiße Tentakles

Meine Spitznamen sind

TenTac, Tentack, Tentackles, TenTacos

Hier wohne ich In Basel und Umgebung

Dann wurde ich geboren

Meine Erzeuger saßen in einer regnerischen Sommernacht im Jahr 2018 unter einer Brücke. Nach einigen lustigen Zigaretten, dummen Sprüchen und vielen nicht ganz ernst gemeinten Vorschlägen entstand der Namen, den ich heute trage

Meine Hobbys sind Sketch-Sessions, Kräuterkunde und philosophische Gespräche mit Freunden. Trainspotterspotting.

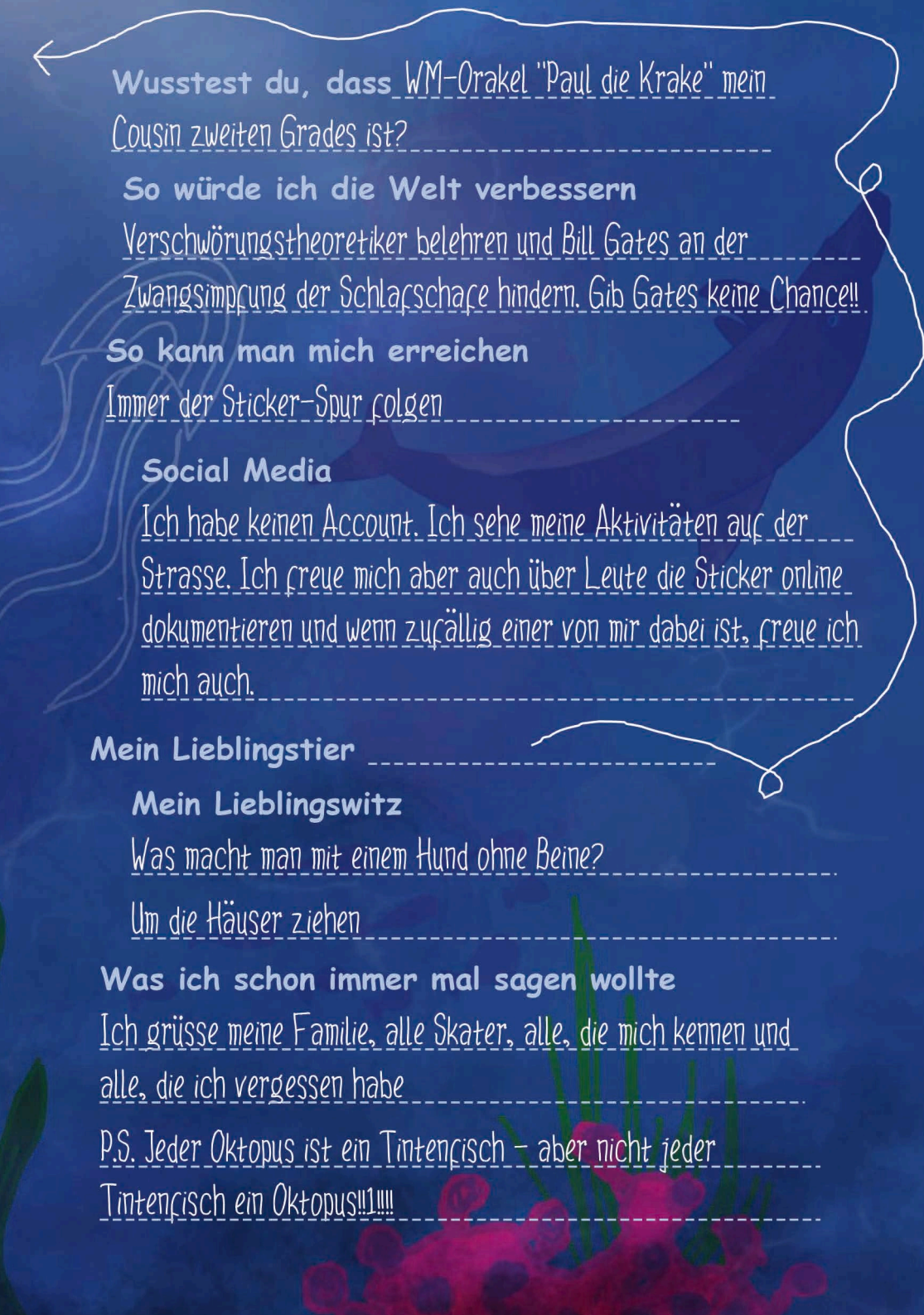
Auf Streifzügen die Nachbarschaft erkunden; auf dem Heimweg, nach dem Rave oder bei sonnigen Spaziergängen

Ich bin ein grandios gigantischer Fan von

allen Leuten, die rausgehen, um die Stadt bunter und lebendiger zu machen. Besonders von jenen welche selbst eine Party im Grünen organisieren oder graue Flächen farbig machen. Und alle Anderen, die das zulassen

Das nervt mich übermotivierte Stadtreiniger, Denunzianten, leere Stifte, überklebte Kleber*innen, Personenkontrollen, Regenwetter und nasse Oberflächen, überfüllte Hosentaschen und das Betäubungsmittelgesetz





Wusstest du, dass WM-Orakel "Paul die Krake" mein Cousin zweiten Grades ist?

So würde ich die Welt verbessern

Verschwörungstheoretiker belehren und Bill Gates an der Zwangsimpfung der Schlafschafe hindern. Gib Gates keine Chance!!

So kann man mich erreichen

Immer der Sticker-Spur folgen

Social Media

Ich habe keinen Account. Ich sehe meine Aktivitäten auf der Strasse. Ich freue mich aber auch über Leute die Sticker online dokumentieren und wenn zufällig einer von mir dabei ist, freue ich mich auch.

Mein Lieblingstier

Mein Lieblingstierz

Was macht man mit einem Hund ohne Beine?

Um die Häuser ziehen

Was ich schon immer mal sagen wollte

Ich grüsse meine Familie, alle Skater, alle, die mich kennen und alle, die ich vergessen habe

P.S. Jeder Oktopus ist ein Tintenfisch – aber nicht jeder Tintenfisch ein Oktopus!!!



DER TYP VOM FOTO VS. DIE HATER

von niemer



Szene isch Frankfurt Main-City, die Stadt, in der es abgeht, wenn es abgeht; Heimat der Azzlacks und Geburtsstätte des Hardcore-Techno (s/o an Planet Core Productions). In Mainhattan zu Hause ist auch "der Typ vom Foto", der Stadtbekannt ist, weil sein Antlitz dir an jeder Ecke von Stickern entgegengrinst. Es ist mittlerweile ein Klassiker im Stickergame, ein Foto von sich oder jemand anderem auf Sticker zu drucken und zu verteilen. Man denke an John Hamon, das Mystery Baby oder Bägä. Vielleicht kann man sogar André The Giant von Obey diesem Genre zurechnen. Doch was löst so eine Aktion aus? Mit dem Typ vom Foto gibt es dazu ein ausführliches und lesenswertes Interview auf dem Blog "Die kollektive Offensive" (ihr findet es auf kollektive-offensive.blogspot.com unter "Interviews"). Wie im Internet so üblich, hat der Typ vom Foto auf das Interview hin den Hass der Kommentierenden in der Kommentarspalte abgekriegt. Hier geben wir ihm die Möglichkeit, sich den Hater*innen zu stellen. Doch zuerst haben wir selber ein paar Fragen!

DER TYP VOM FOTO VS.

Du sagst im Interview mit "Die kollektive Offensive", dass Du in deiner Vergangenheit viel mit der VX1000 zu tun hattest. Hast Du einen Skateboard-Hintergrund?

Jein. Also Skateboard bin ich selbst nie gefahren. Allerdings gab es viele Überschneidungen im Freundeskreis mit diesem Thema. So kam es mit der Zeit dazu, das ich mich auch mit der Materie beschäftigte, ohne selbst zu fahren. Ich hab stundenlang mit den Jungs an der (Haupt)Wache in Frankfurt abgehangen. Dieser Ort mitten in der Innenstadt ist seit über 30 Jahren von der Skate/Bmx-Szene kulturell genutzt worden. Das hatte schon immer seinen Charme.

Nice! Eine Parallele vom Skateboarden zum Stickergame ist ja der Umgang mit dem öffentlichen Raum. Denkst Du, dass dich das beeinflusst hat?



Also das mit dem öffentlichen Raum ist für mich eher 'ne Altersfrage, die so mit dem Jugendlichsein beginnt. Szenen haben ja oftmals die Eigenschaft, sich kulturelle Freiräume im öffentlichen

Raum anzueignen. Allerdings muss ich ehrlich sagen, das mich konventionelle Streetart-Sticker nie wirklich interessiert haben. Dieses Medium wurde in meinem Umfeld meistens genutzt, um einen Namen, eine Marke oder eine Crew namentlich zu verbreiten. Da haben mich wohl eher die Graffitimaler mit ihren Tags beeinflusst. Der typvomfoto steht aber durchaus für ein Tag, das jede*r kleben kann, wenn er oder sie denn möchte. Von der Grundidee hätte das Motiv aber auch ein Baum oder 'nen Fuß sein können.

Joa, die konventionellen Geschichten finde ich oft auch eher langweilig. Beim Spazieren im Kleinbasel sind mir deine Sticker auch schon aufgefallen. Wie kommen die nach Basel?

Also im Ursprung lief das alles über meinem Bekanntenkreis. Ich hatte schon vor der typvomfoto-Aktion ein gutes Netzwerk, was mir definitiv dabei geholfen hat. Das ist eigentlich ganz einfach: Man druckt 10'000 Sticker und gibt jedem 500 in die Hand. Wenn die Person wiederum jeweils 50 abgibt, hast du auf einmal 'ne Art Lawine erschaffen. So kommts dann halt dazu, dass so ein Sticker plötzlich in Wuhan klebt, eine mir unbekannte Person diesen Sticker findet und mir ein Foto davon schickt. Dabei war ich selber nie da.

VS. DIE HATER

Gabs schon Anfragen für Club-Bookings à la "in Anwesenheit vom Typ vom Foto"?

Clubbookings so wie auf Malle gab es noch keine. Allerdings gibt es zahllose Anfragen von privaten Menschen, die den typvomfoto kennenlernen möchten. Sowas mache ich nur in einzelnen Ausnahmefällen, wenn ich darin einen Sinn sehe. Das liegt auch vor allem daran, das ich eine klare Trennung vollziehe. Ich bin ich & der typvomfoto ist ein Projekt. Deshalb lasse ich es ungern ineinander verschwimmen, da es mir mittlerweile eher unangenehm ist, wenn sich Leute an meiner privaten Person aufgeilen.

Du kommst im Interview mit "Die kollektive Offensive" sehr positiv und reflektiert rüber, weshalb mich die negativen Kommentare doch etwas überrascht haben. Möchtest Du dem Interview noch etwas hinzufügen, bevor wir uns an die Kommentare machen?

Interessanterweise habe ich diese negativen Meinungen ausschließlich im Internet erfahren, im alltäglichen Leben kommt das so gut wie gar nicht vor. Sicherlich gibt es genügend Leute da draußen, die das überhaupt nicht feiern. Aber das ist auch völlig okay für mich, man kann es eh nie jeder und jedem recht machen. Vor allem, wenn man die Hintergründe nicht kennt, könnte man zum Schluss kommen, das da auf dem Sticker ein klassischer Narzisst abgebildet ist. Dann mal her mit den Hatern!



insta @typvomfoto

DER TYP VOM FOTO VS. DIE HATER

Anonym 23. Juli 2018 um 16:16

was ein hurensohn. wen ich den mal irgendwo sehe hau ich dem auf jeden fall eine rein

Haha, der war einer der besseren. Weils einfach deutlich macht, das der Schreiber gar keine Argumente für seine Wut hat. Überhaupt: wieso löst ein Passbild Wut aus?

Anonym 21. Juli 2018 um 11:37

Schon spannend, was man heute alles so als wichtig oder Kunst ansieht.

Abgesehen davon, daß schon bereits in den Neunzigern die "Helden der Großstadt" in Frankfurt mit ihrem Konterfei ge(k)lebt haben, diverse Lichtgestalten der Nacht aus Musik und Dosenkunst.

Aber Reflexion, Geschichte usw. ist heute auch uninteressant geworden. Nur sich selbst feiern, ole'!

Anonym 31. Juli 2018 um 15:49

Die Delfingruppe aus der Kita Zwergenland findet alle eure Kommentare super!

Ist natürlich völliger Quatsch! Es treiben sich viele Hater und Trolls im Internet herum. Ich könnte mir gut vorstellen das es einfach ein Trollkommentar ist, der Hater oder einfach andere Leute zum Kommentieren triggern soll. Außerdem: woher wissen wir, das diese Kommentare nicht immer von einzelnen Personen stammen?! Aber gäbe es eine Delfingruppe, würden sie die Sticker bestimmt ganz lustig finden.

Jo, genau das meine ich: Die Aktion hat nichts mit Sich-selbst-Feiern zu tun! Was ich auch sehr interessant finde: Wer sagt, dass es Kunst ist? Ich sehe nur ein Passbild auf einem Sticker, was aus meiner Sicht keine Kunst ist. Wenn die jeweilige Person bzw. Personen-gruppen darin künstlerische Elemente verortet, freut mich das natürlich. Und bezüglich der Unterstellung, dass es sowas schonmal gab kann ich nur sagen, dass es alles irgendwo schon mal gab. Ich kann sagen, das ich diese Idee vorher noch nicht gesehen oder gehört habe.

Anonym 26. Juli 2018 um 21:06

der Typ hat mehr im Leben mit den Stickern erreicht als ihr alles zusammen jemals werden !
Frankfurt ist ein kleinkariertes Nazidorf wegen euch !

Naja, da würde ich nicht zustimmen. Dieser Vergleich ist nicht ganz treffend, wobei doch etwas an seiner Quintessenz dran ist. Im Internet haben bringt keine Person voran. Wenn man aber etwas machen will oder eine Idee hat und daran glaubt, dann bewegt man auch etwas! Getreu dem Motto: Taten sprechen lauter als Worte. Abgesehen davon ist es ja nichts gegen Frankfurt (das würde ich ned dulden), sondern eher gegen die Personen, die hier mit unter uns leben. Dazu würde ich sagen, dass es mindestens genauso viele Macher wie Schwätzer gibt.

Anonym 23. August 2018 um 21:02
Ndh ihr fahrenträger

Da bin ich auch raus, keine Ahnung was er mir damit sagen will

Die Vielfalt des (K) Lebens

vom Stickermob Basel

Warum dreht sich unser Leben um bedruckte Plastikfolien und was sagen sie uns über ihre Urheber:innen?

In Europa sind Aufkleber von Menschen, die den Namen ihres (Fussball-)Vereins verbreiten möchten, am meisten vertreten. Die Fans möchten mit den Aufklebern ihre Verbundenheit zum Herzensverein ausdrücken und gleichzeitig das eigene Revier markieren und ausweiten. Da es somit auch um Vorherrschaft geht, entfachen oftmals auch Konflikte und es wird fleissig überklebt und abgerissen. In den Auswärtssektoren von Fussballstadien findet sich oft eine enorme Vielfalt an Klebern, wobei diejenigen des Vereins, der zuletzt dort gespielt hat, in der Regel am meisten anzutreffen sind. Der Fokus der Fans liegt daher auch oftmals auf der Quantität und weniger auf der Qualität, nach dem Motto höher, schneller, weiter. Aufkleber von Fans weisen, sicherlich den höchsten Wiedererkennungswert



auf und man freut sich jeweils, wenn man im Ausland einen ausgebleichten Kleber des eigenen Clubs findet oder sich die Möglichkeit bietet denjenigen eines Konkurrenten zu überkleben. Oftmals fehlt jedoch der direkte Bezug zum Verein und man kann die Aufkleber nur mit dem nötigen Hintergrundwissen korrekt zuordnen.

Gefühlt am zweithäufigsten anzutreffen sind die politischen Kleber, wobei diese ein klares Ziel verfolgen: Die eigene politische Meinung zu verbreiten und andere auf diese aufmerksam zu machen bzw. sie davon zu überzeugen. Auch hier gibt es einen Konkurrenzkampf zwischen den politischen Lagern. vielerorts

überwiegen bei den politischen Klebern diejenigen aus dem linken Lager, wobei auch die Gegenseite das Mittel Kleber vermehrt einsetzt. Politische Aufkleber geben der aufmerksamen Beobachter:in oftmals auch ein Bild zur politischen Mehrheit bzw. vorherrschenden Meinung im jeweiligen Quartier oder Stadt ab. In Osteuropa finden sich beispielsweise deutlich mehr Aufkleber mit rechtsnationalistischen und rassistischen Inhalten als dies in deutschsprachigen Raum der Fall ist.

Die 3. Kategorie von Aufklebern, weist in der Regel die grösste Diversität auf, ist für den Otto Normalbetrachter aber auch die unnahbarste.



Diese Aufkleber entstehen meistens aus einem Geistesblitz eines Individuums und dienen in der Regel zur reinen Unterhaltung der örtlichen Szene. Bei normalen Bürgern sorgen sie oft für Kopfschütteln oder Unverständnis, beim Kleberfan hingegen sorgen sie für Freude und lösen oft Detektivarbeit aus, da der Kleber noch in der Sammlung fehlt. Häufig bedienen sich Leute bei bekannten Logos mit einem hohen Wiedererkennungswert und verändern diese auf eine humorvolle Art. Ebenfalls regelmässig zu finden sind Aufkleber mit lustigen, motivierenden oder sinnlosen Sprüchen. Immer häufiger findet man auch sogenannte Memes mit bekannten C-Promis, über welche man sich gerne lustig macht.

Ganz so klar kann man die Aufkleber meistens jedoch nicht abgrenzen. Vielfach vermischen sich die Arten auch, besonders häufig ist die Vermischung zwischen Politik und Verein (bspw. Fussballfans gegen Rechts), somit positionierten sich viele Fans auch politisch. Aber man findet auch lustige Vereinskleber, bei denen das eigene Team oder einzelne Akteure ironisch dargestellt werden.

[illegible]

Wir können jedem nur empfehlen kreativen Ideen in Aufkleber umzusetzen und diese in der Stadt zu verbreiten. Wer sich einmal in die Subkultur verliebt hat entwickelt ein anderes Auge, wenn er durch die Stadt geht und so werden total langweilige Orte plötzlich interessant.

@k2rte



**I put stickers in my city but someone
has been tearing them off and leaving
the torn scraps right there!? so fkn rude.
If you want to help me get revenge on
this asshole, please send your stickers to:**

**Kärt E.
Väike 4-5
71004 Viljandi
ESTONIA**

**If you include your address in the letter,
I will send a pack back. cheers :)**

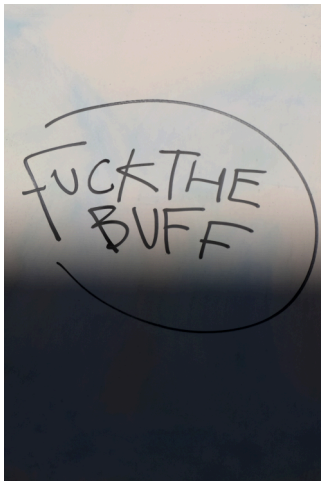


@k2rte ∞ studied graphic design in uni and drew stickers in secret ∞

as a kid i got butterflies when i saw shiny holographic stickers ∞ that hasn't really changed and i'm 31

∞ i used to cringe when someone called me an artist... i couldn't see myself as one ∞ now i don't care ∞

∞ i love the temporary nature of stickers on the street ∞ @k2rte





Im Gespräch mit Beekingz von SOLO



Seit wann klebst du schon Stickers?

Seit 2014.

Was hat dich motiviert, Stickers zu kreieren und zu verkleben?

Neugier und der Spass an der Sache. Früher wars der Marker, heute die Sticker.

Wie kamst du auf deine Idee, dein Motiv?

Die fleissige Biene und der Spruch unter Freunden haben sich irgendwie gefunden.

Wo siehst du dich in 10 Jahren in Bezug auf Sticker und deine Kreativität?

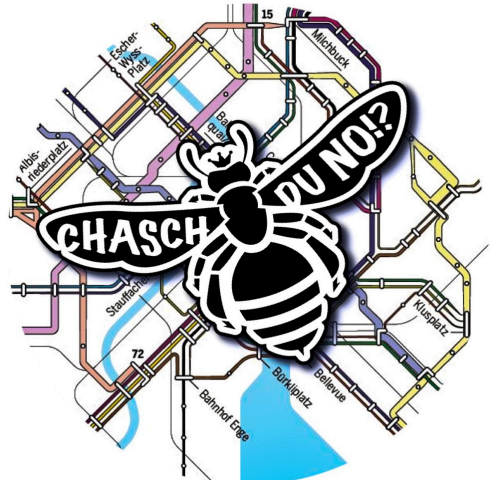
Hoffentlich immer noch kreativ ;)

Sind Stickers ein Teil der "Street-Art" Szene? Unterscheidet die sich von der Sticker-Szene? Gibt es überhaupt eine "Sticker-Szene"?

Sticker sind auf jeden Fall ein Teil vom Street-Art Universum. Und eine Szene gibt es auch, ohne Frage!

Wie unterscheidet sich die Graffiti-Szene von der Sticker-Szene?

Sicherlich, was Format und angeht. Eigentlich funktioniert beides wie der Tag. Zeigen, das man da war, Revier markieren etc. Einfach mit einem anderen Werkzeug, anderen Mitteln.





Kleben oder kleben lassen?

Beides! Und ohne den Support von Gleichgesinnten auf der ganzen Welt funktioniert es nicht.

Wenn du an die Sticker-Szene denkst, was sticht am meisten hervor? Was macht dir am meisten Freude? Was ärgert dich?

Die wahnsinnige Kreativität und Artenvielfalt. Der Austausch mit Gleichgesinnten bringt Freude mit sich. Die eingeschränkte Lebensdauer der Sticker ärgert, je nach Standort :)

Machst du Sticker-Trades? Was sind deine Erfahrungen damit?

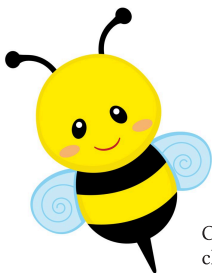
Jederzeit, ich habe sehr gute Erfahrungen gemacht. Ist halt auch eine Kostenfrage und ich bin ein wenig vergesslich... ich war sicher nicht immer der beste Trade-Partner in der Vergangenheit.

Was für einen Rat würdest du jemandem geben, der oder die sich gerade überlegt, auch Stickers zu Kreieren und auf die Strasse zu kleben?

Tu es, feel free und mach dein Ding. Lass dich nicht erwischen ;)

Sonst noch was?

Herzlichen Dank an alle die, die das ganze Supporten und Freude an der Sache haben. Leben und leben lassen!



Clip-Arts von
clipart-library.com





suche wohnung
dach.unter.kopf@gmail.com

Was würdest Du sonst noch tun, um eine Wohnung zu bekommen?

mit wem
mumer da
schlafe zum e
Wohnig
zbecho?

SCHRIEBMER --> dach.unter.kopf@gmail.com

Einladung zur Wohnungsbesichtigung für OHNE Sex

Posteingang x

Nicole [redacted]@gmx.ch
an mich ▾

hol
du hast letztiens diesen lustigen sticker an unsere haustür geklebt. engelstrasse 64. remember? bei mir werden sozusagen 2/3 von meiner 3-
zimmerwohnung frei.
wenns was wär, komm doch vorbei:

SO, 12.30-14 Uhr Mittag der offenen Tür. Klingeln bei [redacted]

Merci für ein kurzes Feedback, ob du kommst. Nicole

Würdest Du tatsächlich mit jemandem schlafen, um eine Wohnung zu bekommen?

Suchst Du tatsächlich eine Wohnung (handelt es sich also um eine Notlage)? Für Dich? Für Freunde?

Ist diese Frage im # Me Too-Zeitalter nicht ziemlich daneben?

Deinen kreativen Kleber habe ich an meiner Haustür entdeckt. Ich suche eineN NachmieterIn für mein WG-Zimmer.
Falls du Interesse hast, melde dich.

Du Vandale!

Posteingang x

Zora [redacted]@gmail.com
Suchst du Sex oder eine Wohnung? Kreativ, anyway! 🌟

Dein «mit wem mume da schlafe»-Kleber :)

Posteingang x

[redacted]@gmx.net
Bin eben nach Hause gekommen und hab' Deinen Kleber an unserer Haustür gesehen.
Wirklich 'ne witzige Idee.
Schlafen musst Du mit mir nicht und eine (ganze) Wohnung hab' ich leider auch nicht zu vergeben.
Aber eventuell eines der Zimmer meiner 3-Zimmer Wohnung.
Wirklich nur eventuell, weil meine WG-Zeiten eigentlich längst vorbei sind. Aber mittlerweile hab' ich fast ein schlechtes Gewissen, weil da ein
Zimmer leer ist und es ja (offensichtlich) Leute in Zürich gibt, die eine Bleibe suchen.
Also, nicht zu früh freuen.

Wieso tust Du das anonym, übel eine Mailadresse?

Office space

Posteingang x

[redacted]@gmail.com
an mich ▾

Hello saw your ad need assistance with finding a small office space in Zurich 8032 area or similar. Thank you +417€ [redacted]

Guete Mittag

Ich und min Kolleg sueched en Wohnig und hend eus gifrogt mit wem r ner do schlofe muess zum eini becho. Chasch eus witerheife?

Liebi Grüess

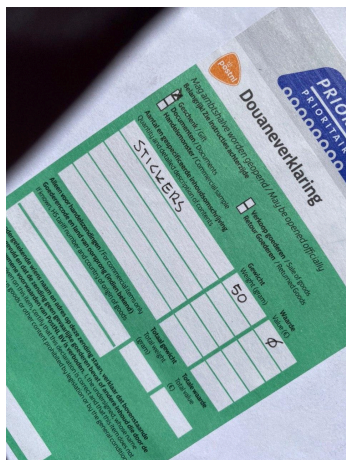
Maya

Was ist falsch mit Stand-Up-Paddeln?
Eigentlich nichts. Menschen haben eine Sportart gefunden, die sie auf den Gewässern der Schweiz ausüben können. Aber *was* tun sie denn? Ja eben gerade tun sie nichts.
Du stehst durstig mit deinem Sonnenhut auf dem Surfboard und paddelst vor dich hin. Um dem Sonnenbrand wenigstens ein bisschen zu entkommen, springst du ins Wasser, in stetiger Unsicherheit ob und wie du wieder auf das Board kommst. Dabei darfst du natürlich das überlebenswichtige Paddel nicht verlieren. Wegen des mangelnden Stauraums hast du deine Wertsachen in einer extra dafür gekauften Bauchtasche verstaut und die 2dl Wasser, die dort reinpassten, hast du schon lange getrunken. Vielleicht liegt es an meiner alles übertönenden Skepsis gegenüber neuen Trends, in der ich mich verschanze, bevor ich mich einer Sache annehme. Aber Stand-Up-Paddeln? Das ist doch der Blinddarm der Wassersportarten. Kein Wellenreiten, kein Schwimmen und erst recht kein Spass.

Leser*innen-briefe und
Inputs zum Thema: Insta
@chnoeitoeif_im_schissdraeck

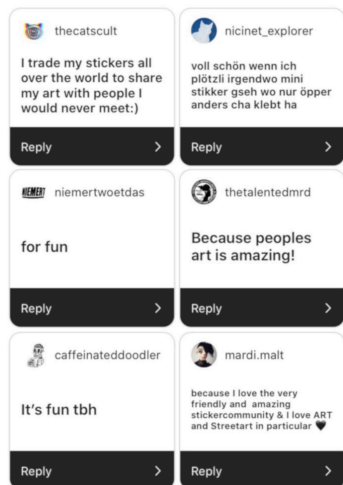
Sticker Trading vs. Sticker Selling & Buying

by SOLO



In the last zine I wrote down my thoughts about sticker trading in the community. Half a year later, I still really enjoy it. During the Corona lockdown I didn't get as much mail from friends as before. Now though, after things are kind of "back to normal", a couple of sticker packs have landed in my mailbox again.

What I have never done is buy stickers. I have *sold* some sticker packs at Comicfest in Basel. But, for some reason or another, I have a hard time selling my art, so it's not something I do frequently. I don't really ever look on the Internetz for stickers that are for sale. Is it because I am already part of such a great trading community that it's not something I feel the need to do? Or is it something else that keeps me from exchanging money for a sticker? It made me wonder what friends across the world thought, I was a bit curious what the preferred way is to get at stickers: buying, selling or trading... or all of them?

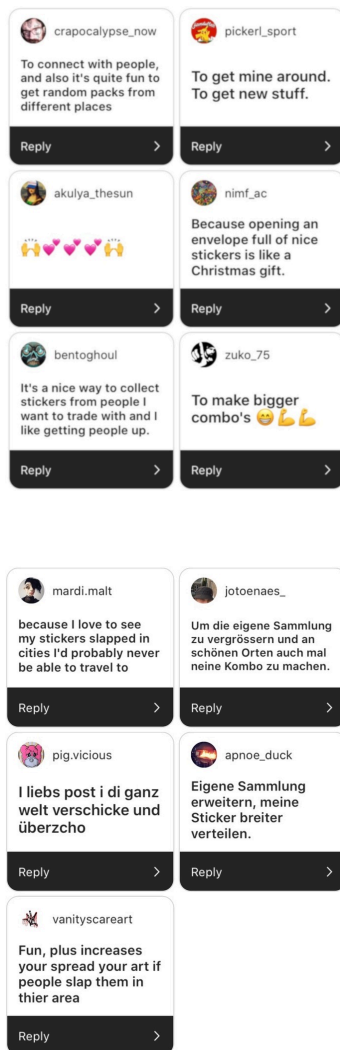


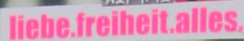
According to my "study" (oh, how I love Instagram!), most people in the community prefer trading stickers to buying or selling them. It's like I've stated before, there is just something magical about getting a pack in the mail, not knowing exactly what is in there and opening up this tiny little world of art from across the globe. That is a priceless gift. Being able to send your own stickers out into the world is a wonderful adventure and seeing them in many different countries that one still has yet to visit is pretty awesome!

When you buy a sticker or sticker pack, you know exactly what you're getting, no surprises there! You get what you are paying for. The quality of the sticker might be a bit better as well, it's a product in demand that is expected to have a certain quality or value to it, right? You might also have that good feeling of supporting an artist financially, which is awesome, as we all know. The starving artist is ever so grateful.

For the numbers people out there: 88% of the people who responded to my survey prefer to trade their stickers, be it to acquire them or to get their own stickers out into the world. 66% of these traders find it easy to find people to trade with. 94% have had good experiences with trading. 25% of the people I've asked sell their stickers and 56% invest their hard-earned cash to get to new stickers. 49% stated that they expect the quality of the bought stickers to be higher in comparison to traded stickers. What I found very interesting is that 14% of the participants thought that handmade stickers shouldn't be sold. Unfortunately, I never got a response as to why not. And what happens with those bought stickers, do they land on the streets as well? 64% said yes, they slap them too... the rest, I suppose, stick those treasures into their albums.

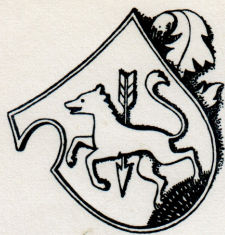
In the end, does it matter how we get to our stickers? As long as we keep this wonderful community alive and thriving? As long as you don't forget to slap those out for others to see...and keep making those gray streets colourful and fun!





alte das isch fucking papyrus 18:28 ✓





PARKHOTEL EINTRACHT, WOLFENSCHIESSEN

BESITZER: FAM. THEO CHRISTEN TEL. (041) 84 81 44 ENGELBERGERTAL

Der Wolfenschiessen-Sticker

von niemer

Es war einmal in Wolfenschiessen, einem kleinen Dorf im Kanton Nidwalden, gelegen im Engelbergertal. Hierhin, mitten in die erzkonservative Urschweiz, zog es Anfang der 1980er Teile der aus der 1977er-Punk-Bewegung hervorgegangenen Zürcher Kunst- und Kulturszene. Die Szenis veranstalteten im Parkhotel Eintracht Konzerte, Lesungen und führten Kabarettstücke auf. Einige Namen der damaligen Pilgerer gehören heute zum Schweizer Kulturestablishment: Der Verleger Patrick Frey, Kabarettist Beat Schlatter, David Weiss († 27. April 2012) und Chansonnier Stephan Eicher. Zusammengetrommelt hat die illustre Truppe Martin Hess, Hotelierssohn aus Engelberg und späterer Manager von Stephan Eicher. Aktuell veranstaltet er das Volksmusikfestival "OBWALD". Die Geschichte der Geschehnisse in der Innerschweiz wurde 2006 in der Ausstellung "Geniale Dilettanten" aufgearbeitet und im Buch "Zürichs Pilgerorte: Wolfenschiessen, Stans, Engelberg" dokumentiert. Viel wichtiger für uns ist an dieser Stelle aber, dass die Aktivitäten der Zürcher Punk-Kunstis / Kunsti-Punks einen Aufkleber zeitigten.

Dieser Aufkleber begleitet mich seit meiner Kindheit. Der Wolfenschiessen-Sticker zierte den Familien-Renault, in dem ich fahren lernte und die Rückseite der schwarzen Lederjacke meiner Mutter. Sie war 18 Jahre alt, als sie bei einem Sprachaufenthalt 1977 in London die europäische Punk-Explosion voll abgekriegt hat. Wofür ich sehr dankbar bin; ihre Plattensammlung, bestehend aus Scheiben von PiL, Kleenex, The Clash, CRASS, der Anti-Nowhere League, den Dead Kennedys uswuf. und das zugehörige Gedankengut haben mich nachhaltig geprägt.

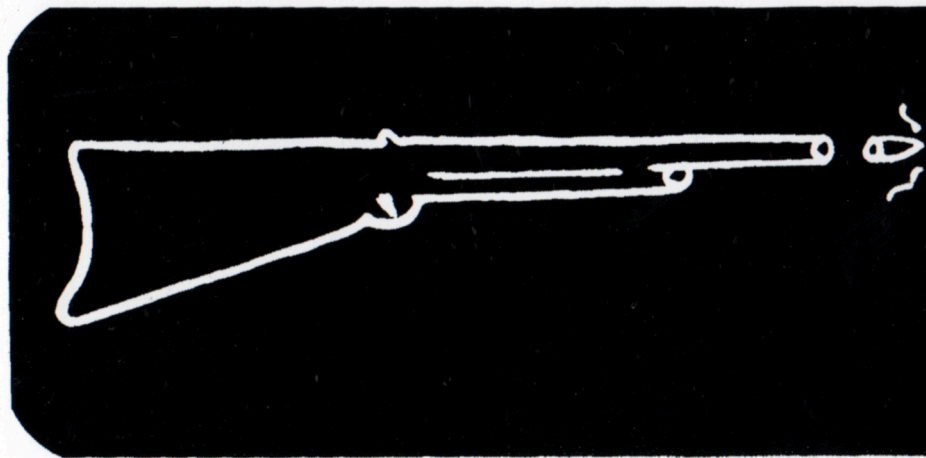
Ich frage also meine Mutter, ob sie mehr wisse über den Wolfenschiessen-Aufkleber. Tut sie - den Sticker habe der Künstler Pierre Geering gemacht. Nach kurzer Suche finde ich seine Facebook-Seite und schreibe ihm eine Nachricht. Eine Antwort folgt sogleich - von Pierre's Sohn. Der verwaltet sein Facebook-Profil und meint, der Papa sei nicht so gut mit Computern und ob er mich anrufen könne. Ein generationentiefer potentieller Kommunikationsgraben tut sich auf; mit wildfremden Menschen zu telefonieren ist mir ein millennialistischer Graus.



Gestärkt von einem Avocado-Toast überwinde ich meine Telephon-Phobie und führe ein lustiges Gespräch mit Pierre, der immer noch in Zürich lebt. Daraufhin schreibe ich ihm einen Brief und schicke ihm zwei Slap-Me-Baby-Zines. Zurück erhalte ich ein fettes Couvert voller Trouvaillen und Memorabilia aus den frühen 1980ern. Da sind Tickets dabei für das in Stans aufgeführte Musical "Der Hundeschwindel von Moskau", Original-

die einen festen Job hatte und damit über ein Einkommen verfügte.

Das schwarzweisse Wolfenschiessen-Logo - ein Gewehr, das wie von Geisterhand drei Schüsse in den Rachen eines Wolfes abfeuert - zierte die Poster zu den Konzerten im Hotel Eintracht. Das Design basiert auf dem Gemeindewappen von Wolfenschiessen, einem von einem Pfeil durchbohrten Wolf. Gedruckt wurden



Briefpapier vom Hotel Eintracht und zwei Exemplare des Objekts meines Interesses: dem Wolfenschiessen-Sticker. Nach einem weiteren Briefwechsel besuchen wir Pierre und seine Frau Francesca in ihrem schönen Zuhause in Zürich. Francesca war damals in Wolfenschiessen dabei und hat mitgewirkt. Zum Beispiel beim Finanzieren; denn sie war eine der wenigen in den KünstlerInnenkreisen,

die "Selbstkleber" von Martin Hess bei der Bösch Siebdruck AG in Stans, die es heute noch gibt.

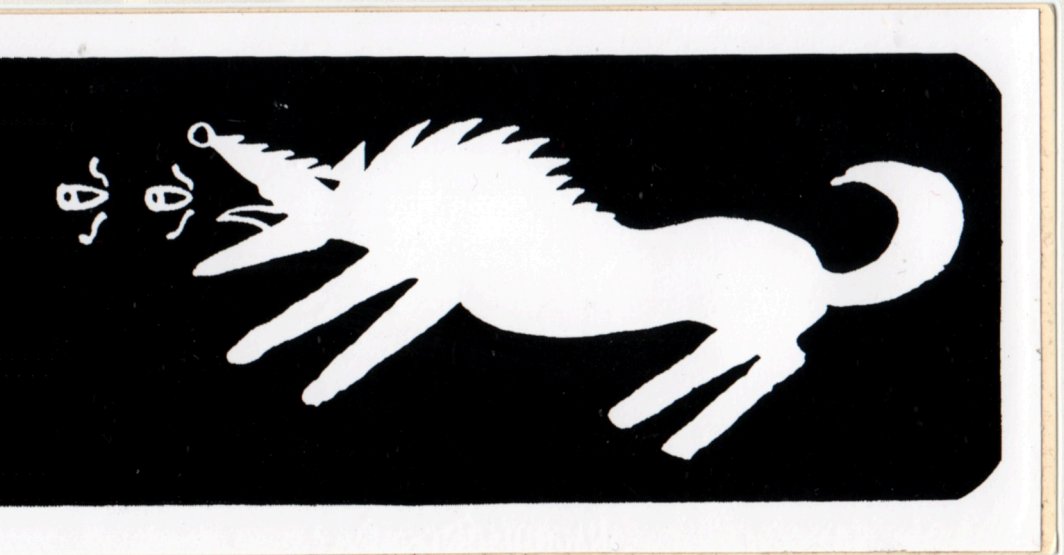
Im Couvert dabei ist ein Brief von Pierre. Der ist voll mit haarsträubenden Anekdoten aus der bewegten Zeit nach 1977. Das Ausweichen nach Wolfenschiessen war offenbar auch dem Umstand geschuldet, dass Pierre & co. in Zürich Ärger mit Bolsheviken





hatten, die auch schon mal (sic!) “unsere Musiker von der Bühne holten, weil die Sängerinnen manchmal zu schön und elegant waren”. Pierre musste “sie dann im Publikum retten und wurde von fanatischen Feministinnen geschlagen”. In Wolfenschiessen indes war man weit entfernt vom “revolutionären Sumpf der Stadt”. Pierre berichtet auch von einem Dichterfestival, zu dem John Cooper Clarke eingeladen war,

Soviel zu diesem Sticker aus ganz anderen Zeiten. Zu meiner grossen Freude willigt Pierre meinem Vorhaben ein, den Sticker neu aufzulegen. Abschliessend bemerkt er, angesprochen auf die Abstimmung zum Wolfsschutz vom September: “Bin natürlich für die Wölfe und gegen die sturen Bauern”.



ein englischer Punk-Poet. Den hätten sie “mit allen möglichen Drogen zugedeckt, da er aber Hämorrhoiden hatte, verschrieb ihm unser Hausdokter eine Spritze Heroin, woraufhin der Poet dachte, im Himmel angelangt zu sein”.

Der Sticker ist hier leicht digital verfremdet abgebildet. Die Illustrationen am Rand stammen von Pierre Geering.







Slap Me Baby Zine #3

Redaktion: stewia & niemer
Druck: flyeralarm.ch
Auflage: 150 Exemplare
Veröffentlichung: September 2020

E-Mail: yo@slapmebaby.ch
Insta: [@slapmebaby4057](https://www.instagram.com/slapmebaby4057)
www.slapmebaby.ch
slapmebaby.bigcartel.com

Slap Me Baby

Slap Me Baby ist ein Kollektiv aus Basel, das sich 2018 der Produktion, Dokumentation und Förderung der lokalen und internationalen Aufkleberkultur und artverwandten Disziplinen verschrieben hat. Wir produzieren Sticker, dieses Zine und organisieren Conventions. In Artikeln, Vorträgen und Essays setzen wir uns theoretisch mit der Materie auseinander.

Danke!

Wir danken von Herzen allen, die einen Beitrag, Bilder und Ideen zum Zine beigesteuert haben. Ein besonderer Dank geht an Theo (theobarmettler.ch), der das Cover gestaltet hat.

Open Source

Wo immer möglich, arbeiten wir mit quelloffener Software und Schriftarten: Die meisten Artikel sind in Scribus, Inkscape und GIMP entstanden.

**SOLIDARITÄT
IST EINE WAFFE!**

#BASEL
NAZIFREI!

Prozesse gegen Basel Nazifrei:
Antifaschist*innen stehen vor Gericht
weil sie gegen Nazis auf die Strasse
gingen. Zeit für unsere Solidarität!

Spenden an:

Antirepressionsgruppe Basel

4000 Basel, Postkonto: 60-425124-0

IBAN: CH50 0900 0000 6042 5124 0

Vermerk: Basel Nazifrei

@BASELNAZIFREI BASEL NAZIFREI @BASEL_NAZIFREI





A person with long dark hair and a black t-shirt stands in a hallway. The lockers on both sides are covered in a dense collection of colorful stickers, including logos, text, and various designs. The person is standing in the center of the hallway, facing the camera. The floor is a light-colored tile.

STICKERHOUNDS
BE LIKE I KNOW A
PLACE AND THEN
TAKE YOU HERE



Wolfenschiessen

NIEMER WÜT DAS

NW

