



MAKING
ART*MEDIA*CHANGE

**„ALL I WANTED WAS TO START A TINY
LITTLE REVOLUTION IN ALL MY READER'S
MINDS AND HEARTS THAT I HOPE WILL
LEAD TO BIGGER CHANGES!“***

**MAKING
ART*MEDIA*CHANGE**

**Überblick über queer-feministische Kultur- und Medienproduktion
Ein Handbuch zur Verwendung in Verbindung mit der Toolbox**

* Zitat von Trent, Herausgeber_in von Trippers, Singapur

INHALTSVERZEICHNIS

MAKING ART*MEDIA*CHANGE

1. Ein Überblick über das Projekt

Making Art, Making Media, Making Change!

2. Kontext: Do-It-Yourself Kultur und feministische Kultur- und Medienproduktion

- 2.1. Von der Riot Grrrl zur Ladyfest Bewegung
- 2.2. Do-It-Yourself!
Partizipative Kultur und Aktivismus
- 2.3. „Peer-to-peer learning“:
Do-It-Yourself Kultur als informeller Lernort
- 2.4. Bedeutung in pädagogischen Kontexten

3. Feministische Zines

- 3.1. Die Entwicklung feministischer Zines:
Ein cursorischer Überblick
- 3.2. Produktionskontext der Zines:
Vernetzung und Herstellung
- 3.3. Do-It-Yourself (DIY)-Ästhetik der Zines
- 3.4. Inhalte
- 3.5. Herausforderungen
- 3.6. Bedeutung und Zusammenfassung

4. (Queer-)feministische Comics

- 4.1. Die Entwicklung und Inhalte feministischer, lesbischer und queer-feministischer Comics:
Ein cursorischer Überblick
- 4.2. Produktionskontext und Verbreitung

5. Radical Crafting oder Craftivism

- 5.1. Die Entwicklung des Radical Crafting
oder Craftivism
- 5.2. Produktionskontext und DIY Aktivismus
- 5.3. Beweggründe und Herausforderungen
- 5.4. Bedeutung und Zusammenfassung

Literaturverzeichnis, Ressourcen, Links, Distros



1. ÜBERBLICK ÜBER DAS PROJEKT

MAKING ART*MEDIA*CHANGE

Eine Gruppe junger Frauen begrüßt uns, das Projektteam, in einem Mädchenzentrum in Kärnten. Wir breiten eine Reihe von vorwiegend von Mädchen und jungen Frauen produzierten Magazinen, sogenannten „Zines“, aus und laden sie ein sich jenes auszusuchen, das sie anspricht. Wir beginnen zu diskutieren, was ihnen daran gefällt, welche Themen uns ins Auge springen und auch wie diese von in den gängigen Massenmedien behandelten abweichen: Wir sehen eine Frau mit Kopftuch, die als DJ arbeitet und über ihre feministische Überzeugung spricht. Wir sehen Frauen, die nicht den Model-Maßen entsprechen, aber mit ihrem Körper zufrieden sind und ihre eigenen Fotoserien darüber machen. Wir sehen Frauen, die in den Stadtraum gehen und mit den Menschen vor Ort mit Fäden einen Börsenplatz verspannen, um auf die Finanzkrise aufmerksam zu machen. Schließlich gehen wir dazu über, selbst ein Zine zu gestalten. „Welches Thema beschäftigt euch? Was betrifft euch im All-

tag und was würdet ihr gern daran ändern?“, fragen wir. Die Frauen fragen aus ihrer Erfahrung heraus: „Warum bekomme ich keine Arbeit oder keinen Praktikumsplatz, wenn ich mit dem Kopftuch zum Vorstellungsgespräch gehe?“ und „Warum wird mein Mann von meiner Familie hoch gelobt und seine Leistung herausgehoben, wenn er einmal kocht oder putzt oder einkaufen geht, aber



Zine-Workshop bei Women's Space, Salzburg April 2014

wenn ich es mache, wird es als völlig selbstverständlich angesehen?“ Und da sind sie schon: Unsere heißt geliebten „Warum ist das so?“- und „Was hat das alles mit mir zu tun?“-Fragen.¹

Bei *Making Art, Making Media, Making Change!*² handelt es sich um ein drittmittelgefördertes Wissenschaftskommunikationsprojekt, das im Team und mit verschiedenen Kooperationspartnerinnen über eineinhalb Jahre durchgeführt wurde. Das Projekt basiert auf den zwei Forschungsprojekten *Feministische Medienproduktion in Europa* (Zobl/Drüeke 2012; Zobl/Reitsamer mit Grünangerl 2012) und *Junge Frauen als Produzent_innen von*

1 Diese Fragen wurden von trafo.K in verschiedenen Vermittlungsmaterialien bearbeitet (z.B. Flic Flac – Feministische Materialien für die Berufsschule) und stellen eine große Inspiration für uns dar. Wir danken Elke Smodics und Carmen Mörsh für die produktiven und hilfreichen Diskussionen v.a. in Bezug auf (Kunst-) Vermittlungsstrategien.

2 Ein FWF-Wissenschaftskommunikationsprojekt. Laufzeit: 1.3.2014-30.9.2015. Team: Elke Zobl, Ricarda Drüeke, Stefanie Grünangerl. KooperationspartnerInnen: Comic-Künstlerin Ka Schmitz, Textil-Künstlerin Stephanie Müller, Carmen Mörsh (Institute for Art Education, Zürcher Hochschule der Künste Schweiz), Elke Smodics, Büro trafo.K (Wien), make it - Büro für Mädchenförderung des Landes Salzburg (Teresa Lugstein), Mona-Net: Mädchen Online Netzwerk Austria (Jutta Zagler), Frauenbüro Stadt Salzburg (Alexandra Schmidt), verschiedene Kultur- und Medienproduzent_innen. Wir danken allen ganz herzlich! Weitere Informationen unter: www.makingart.at. Dieser Text erschien in adaptierter Form als Beitrag „Making Art, Making Media, Making Change: Partizipative Kultur- und Medienproduktion mit Jugendlichen“ in: Ida Pöttinger, Rüdiger Fries und Tanja Kalwar (Hg.): *Doing Politics – politisch agieren in der digitalen Gesellschaft*. Kopäd Berlin, GMK, 2015.)

neuen kulturellen Räumen sowie der Web-Plattform *Grassroots Feminism*.³ Die beiden Forschungsprojekte widmeten sich mit unterschiedlicher Fokussierung einer der interessantesten Transformationen in der Jugendkultur seit den 1990er-Jahren: Der steigenden Zahl an jungen Menschen, vor allem an Mädchen und jungen Frauen, die selbstinitiativ und in kollektiven Strukturen zu aktiven kulturellen und medialen Produzent_innen werden und dies mit feministischen, queeren, anti-rassistischen und machtkritischen Perspektiven verknüpfen. Die Forschungsprojekte zeigten, dass diese jungen Menschen mit ihren eigenen Produktionen und Netzwerken neue Räume – und damit Handlungsmöglichkeiten – öffnen, die durch eine partizipative Kultur, selbst-organisiertes, kollaboratives Lernen in informellen Kontexten, lokale, transnationale und virtuelle Kommunikation und Vernetzung sowie Aktivismus und zivilgesellschaftliches

3 Links zu den Projekten: *Feministische Medienproduktion in Europa*: <http://www.w-k.sbg.ac.at/zeitgenoessische-kunst-und-kulturproduktion/forschungspraxis/abgeschlossene-forschungsprojekte/feminist-media-production-in-europe-fwf-2008-2012.html>

Junge Frauen als Produzent_innen von neuen kulturellen Räumen: www.w-k.sbg.ac.at/zeitgenoessische-kunst-und-kulturproduktion/forschungspraxis/abgeschlossene-forschungsprojekte/young-women-as-creators-of-new-cultural-spaces-fwf-2007-2011.html

Grassroots Feminism: <http://grassrootsfeminism.net>

Engagement geprägt sind. Diese **alternativen Medien und kulturellen Produktionen** im Kontext der neuen sozialen Bewegung des Feminismus können als Beispiel einer **lebendigen partizipativen, kritischen Kultur** und als **lokale, transnationale und virtuelle Vernetzung** in schulischen und außerschulischen Kontexten erfahren werden. Zentral für die Integration von solchen Praxen in eine gesellschaftsbezogene, kontextuelle Lernumgebung ist, dass der **Prozess** und nicht das Produkt entscheidend ist und das **Learning by Doing** im Vordergrund steht. Das Projekt *Making Art, Making Media, Making Change!* knüpft daher an die Methoden einer kritischen und partizipativen Kulturvermittlung an, bei der es „um die aktive Teilnahme an gesellschaftlichen Prozessen vor allem auch jener, die traditionell von diesen Prozessen teilweise oder ganz ausgeschlossen sind“ (Gießner-Bogner 2010: 6) geht. Hinter dem Verständnis von Partizipation als „aktive Mitwirkung an kulturellen Prozessen (...) steckt ein visionäres demokratisches Ziel: mehr Menschen direkten Zugang zu (zeitgenössischer) Kunst und Kultur zu ermöglichen und damit verbunden sozio-kulturelle Prozesse in Gang zu setzen“ (ebd.: 7).

Das Projekt zielte grundsätzlich darauf ab, Jugendlichen – vor allem Mädchen und jungen Frauen – ermächtigende Perspektiven und Handlungsräume als aktive kulturelle und mediale Produzent_innen zu eröffnen und Prozesse des Fragen-Stellens und eines machtkritischen Denkens zu initiieren. Dabei stand im Fokus die gegenwärtige **alternative Medien- und Kulturproduktionen mit (queer-)feministischen und antirassistischen Perspektiven**.

Vor diesem Hintergrund arbeiteten wir an drei Bereichen:

1. Workshops und Zusammenarbeit mit den Jugendlichen

In Rahmen einer Workshopreihe mit Kultur- und Medienproduzent_innen diskutierten und erprobten wir mit den Jugendlichen das kritische Potential von **Zines, Comics und Radical Crafting**. Wir führten **österreichweit Workshops** mit geschlechtergemischten und Mädchenspezifischen Gruppen (im Alter von 12 bis 26 Jahren) sowie ein mehrtägiges Mädchenspezifisches **Grrrls Camp** durch. Hierfür entwickelten wir zusammen mit Kunst- und Medienproduzent_innen drei Workshopmodule:

eine Comic-Werkstatt (mit der Comic-Zeichnerin Ka Schmitz), ein Mode-Labor als Experimentier-Werkstatt zum Phänomen Craftivism (mit der Textil-Aktivistin Stephanie Müller) und einen Zine-Workshop (mit Elke Zobl und Stefanie Grünangerl). Die Workshops organisierten wir in Kombination oder einzeln für Schulklassen, Jugend- und Mädchengruppen in ganz Österreich. Von März 2014 bis Mai 2015 führten wir 27 Workshops an 14 Institutionen mit 343 Teilnehmer_innen durch. Der überwiegende Teil der Workshops (18) war mädchen- beziehungsweise frauenspezifisch. Die Projektmitarbeiter_innen und die eingeladenen Kultur- und Medienproduzent_innen nahmen eine Initiator_innen- und Moderator_innenrolle auf Augenhöhe der Jugendlichen ein.

Das **Grrrls Camp** wurde in Kooperation mit dem Verein VIELE – einem Verein zur interkulturellen Frauen- und Bildungsarbeit – in der Stadt Salzburg als Semesterferienprogramm organisiert. An vier Tagen experimentierten die Teilnehmerinnen im Alter zwischen 10 und 17 Jahren in einem Zine-Workshop und einem zweitägigen Craftivism-Workshop. Am letzten Tag widmeten sich die



Radical Crafting Workshop, Grrrls Camp, Salzburg Verein VIELE, Februar 2015

Teilnehmerinnen intensiv der Gestaltung und dem Aufbau der Abschlussausstellung, die das Projekt in all seinen Teilen präsentierte und vor allem den von den Jugendlichen selbst produzierten Materialien wie Comics, Zines oder subversive Handarbeitsprojekten Raum und somit auch Sichtbarkeit gab.

Die Mädchen reflektierten gemeinsam mit den Kultur- und Medienproduzent_innen unterschiedliche Strategien, um Aufmerksamkeit auf intersektionale



Leselounge Mädchenzentrum Klagenfurt, Okt. 2014 (Foto: Mädchenzentrum Klagenfurt)



Ausstellung im enter:KunstQuartier Salzburg, Februar - Mai 2015

Formen der Diskriminierung und des Ausschlusses innerhalb der Kunst-, Medien- und Kulturbereiche sowie auf die Dekonstruktion stereotyper Bilder zu lenken. Dabei kamen Themen wie Körper- und Rollenbilder, Berufswahl, Geschlechterverhältnisse und -identitäten, Migration und (Anti-)Rassismus, Sexismus und Diskriminierungserfahrungen, Gewalt und Selbstverteidigung, Sexualität und reproduktive Fragen, feministisches Engagement und Aktivismus zur Sprache.

2. Erstellung eines Archivs

Wir stellten die recherchierten und dokumentierten Kultur- und Medienprojekte in einer anschaulichen und aktualisierten Auswahl zusammen. Im Zuge dessen wurde im Mai 2014 das **Grrrl Zine Archiv**⁴ im gendup-Zentrum der Universität Salzburg mit einer Diskussionsrunde mit feministischen Medienmacherinnen offiziell eröffnet. Das Archiv umfasst eine Sammlung von 2.300 Zines, die Elke Zobl seit 1999 gesammelt hat. Aus diesem Fundus und weiteren akquirierten Materialien stellten wir eine **mobile Leselounge** zusammen, die die Work-

⁴ <http://www.uni-salzburg.at/index.php?id=22638>

shops begleitete oder Teil von Ausstellungen sein kann. Diese in „genähten Wandschränken“ präsentierte Sammlung ist ein mobiles Archiv, das schnell auf- und wieder abbaubar ist, und von interessierten Institutionen ausgeliehen werden kann.

3. Entwicklung und Erstellung von Arbeitsmaterialien

In diesem Rahmen entwickelten wir künstlerisch-edukative Materialien zu alternativen, feministischen Medien in Form einer **Toolbox** sowie Angebote zur **Fortbildung für Multiplikator_innen**. Die mit den Kooperationspartner_innen umgesetzte Toolbox umfasst Module für die drei Workshops (Comics, Craftivism und Zines) sowie pädagogische Materialien zur eigenständigen Umsetzung. Stephanie Müller nähte drei Toolbox-Taschen, die nun Lehrer_innen und Multiplikator_innen darin unterstützen, eigene Projekte und Workshops im Bereich der feministischen Medien- und Kulturproduktion für Jugendliche zu entwickeln und umzusetzen.



Die *Making Art, Making Media, Making Change! Toolbox* beinhaltet:

- Handbuch* Überblick über den Kontext
- Handlungsanregungen für die Workshop*
- Leitfäden für das Arbeiten mit den Materialien
- Anschauungsmaterial*
- Zines, Comics, Crafting-Projekte
- Bildkarten*
- Beispiele künstlerischer und medialer Arbeiten
- Sprechblasen* Zitate von
- Kulturproduzent_innen (Deutsch & Englisch)
- How-To-Guide* Anleitungen aus dem
- Do-it-Yourself-Kontext zur weiteren Nutzung
- Material-Kit*
- Basis-Werkzeuge (wie Schere, Klebstoff, Stift)

Das Projekt ermöglichte es uns, mit vielen Jugendlichen zusammenzuarbeiten und gemeinsam Themen wie **gesellschaftliche Machtverhältnisse, Ungleichheiten und Ungerechtigkeiten** (und die eigene Positionierung dazu), aber auch **Selbstrepräsentation, Selbstermächtigungsstrategien** und die Möglichkeiten der Modifizierung und des Durchbrechens von klischeehaften Darstellungsweisen und Stereotypen zu diskutieren. Dazu gehört, mit Sprache ausgestattet zu sein, sowie Stellung zu beziehen und eine eigene Position hinsichtlich gesellschaftlicher Verhältnisse zu formulieren und neben den Möglichkeiten auch die Grenzen der politischen Aktivierung zu thematisieren.

Ansätze, Fragen und Materialien aus dem Projekt werden nun in dem Forschungsprojekt *Making Art - Taking Part!* Künstlerische und kulturelle Interventionen von und mit Jugendlichen zur Herstellung von partizipativen Öffentlichkeiten⁵, das an der Schnittstelle von Universität und Schule angesiedelt ist, weiterentwickelt. Weitere Ideen zur Entwicklung von Peer-to-Peer-Workshops sowie Train-the-Trainer-Programmen werden ebenso angedacht.

5 Gefördert von Sparkling Science, einem Programm des Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft. Laufzeit: 1.10.2014 - 30.9.2016.
www.takingpart.at

WAS HAT DAS
MIT MIR ZU TUN?



Der Kontext und die inhaltlichen Bezüge, die das Projekt *Making Art, Making Media, Making Change* kennzeichnen, beziehen sich vorwiegend auf drei Aspekte. Herausgestrichen wird die Bedeutung von **alternativen Medien und kulturellen Produktionen**, die gerade im Kontext von **sozialen Bewegungen** wie der feministischer Bewegungen deutlich wird. Dies beruht auf einem Verständnis von Kultur als **partizipativer Kultur** sowie auf der Eröffnung individueller und kollaborativer Handlungsmöglichkeiten mittels Rückgriff auf Strategien des **Do-It-Yourself**.

Viele junge Menschen sehen sich und ihre Interessen in der Gesellschaft und in den Massenmedien nicht oder miss-repräsentiert. Alternative Medien und kritische kulturelle Produktion bieten ihnen ein demokratisches Kommunikationsmedium und die Möglichkeit der **Selbstermächtigung** und der

Teilhabe. Diese haben immer schon eine wichtige Rolle in sozialen Bewegungen gespielt und tun dies nach wie vor. Auf der persönlichen Ebene haben kritische Medien und Kultur für junge Menschen Bedeutung, da sie hier ihre Gedanken, Meinungen und Gefühle benennen und sich mit Gleichaltrigen über Ortsgrenzen hinweg austauschen können. Ausgestattet mit neuen Ideen, Fertigkeiten, Wissen, Selbstbewusstsein und Mitstreiter_innen können kulturelle Produktionen die Möglichkeit bieten, einen ersten Schritt zu tun, um persönliche Erfahrungen und kritische Selbstreflexion mit politischer Arbeit zu verbinden.

Das Grundprinzip alternativer Medien und kultureller Produktion ist **Partizipation**: Jede/r Leser_in kann selbst Produzent_in werden und potenziell alle Aufgabenbereiche von der Produktion bis zum Vertrieb übernehmen, denn im Mittelpunkt steht weniger der Erfolg in Hinblick auf die Anzahl der Leser_innen (im Unterschied zu Mainstream-Medien)

⁶ Das Kapitel wurde von Ricarda Drüeke und Elke Zobl verfasst, der Teil 2.2. von Stephanie Müller und Elke Zobl.

als vielmehr die Pluralität in der Artikulation von heterogenen Sichtweisen und Perspektiven in einer Vielzahl von Medienformaten sowie die Auflösung der Grenze zwischen Konsument_in und Produzent_in. Es geht darum, aktiv zu werden und an der Gesellschaft kritisch teilzuhaben. Die Produzent_innen verstehen ihre kulturellen Produktionen als eine Möglichkeit, um existierende Diskriminierungen zumindest zu minimieren, aktiv an der Zivilgesellschaft zu partizipieren und zu sozialem Wandel beizutragen.

2.1 Alternative Medien und kulturelle Produktion

Feministische Bewegungen nutzen in ihrer Geschichte kulturelle Ausdrucksformen und Medien seit jeher individuell und gemeinschaftlich, um zu informieren, zu motivieren und zu mobilisieren sowie für politische Aktionen. Dabei werden vor allem bestehende Strukturen kritisiert und der Inhalt der dominanten bzw. traditionellen Medien als zu einseitig betrachtet. Chris Atton (2002: 27) bezeichnet alternative Medien allgemein als „gegenhegemonial“ („counter hegemonic“), da sie hegemoniale Strukturen verändern wollen, indem

sie eine politische Plattform bieten und gesellschaftlich dominante Werte und Normen sowie die damit einhergehenden Symbole in Frage stellen. In alternative Medien etablieren durch deren Herstellung und Vertrieb die Produzent_innen und Konsument_innen eine Medienökonomie des Schenkens und Tauschens, die sich Prozessen der Institutionalisierung, Professionalisierung und ökonomischen Wertschöpfung verweigert (Atton 2002: 64). Die so entstehenden feministischen Medien sind also als sich verzahnende Elemente von diskursiver Politik und Aktivismus zu begreifen. Teilweise zeigen sich kollektive Identitäten durch den Bezug auf ein gemeinsames Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, Ethnizität etc. Die Produzent_innen feministischer Medien sind zumeist eingebettet in feministische Bewegungen und die darin verankerten Protestformen, die sich auf soziale Netzwerke gründen und in ihrer Form informell, nicht hierarchisch sowie transnational angelegt sind.

2.2 Von der Riot Grrrl- zur Ladyfest-Bewegung

*When she talks, I hear he revolution in her hips.
There's revolution when she walks.
The revolution's coming in her kiss.
I taste the revolution. Rebel girl, Rebel girl.
Rebel girl you are the queen of my world.*

Ausschnitt aus dem Song „Rebel Girl“ der Riot Grrrl Band
„Bikini Kill“, Album „Pussy Whipped“, 1995

Feministische Kultur- und Medienproduktion wird vor allem Anfang der 1990er Jahre mit dem Namen **Riot Grrrl** in Verbindung gebracht. Die feministische Forderung, sich von patriarchalen Gesellschaftsstrukturen zu entfesseln, wurde jedoch nicht erst im Zuge der Riot Grrrl Bewegung laut. Gegen Ende der 1970er Jahre gründeten sich erstmals Musikgruppen wie The Slits, Siouxi and the Banshees oder auch X-Ray Spex, in denen Frauen nicht mehr nur schmückendes Beiwerk von Bands waren, sondern selbst im Mittelpunkt standen und über ihre radikalen Songtexte das Publikum zur weiblichen Selbstermächtigung aufforderten. Ironischerweise richteten sich diese

lautstarken Versuche, auch weiblichen Stimmen innerhalb einer von Männern dominierten Subkultur Gehör zu verschaffen, zur Blütezeit der Punkbewegung jedoch in der Regel an ein überwiegend männliches Publikum. Das gewünschte weibliche Echo blieb daher vorerst aus. Ihren Ursprung hat die Riot Grrrl-Gemeinschaft in der alternativen Musikszene in den Städten Olympia, im US-Bundesstaat Washington, und in Washington D.C. Als Reaktion auf die hauptsächlich von Männern dominierten Subkulturen der 1960er, 1970er und 1980er Jahre schlossen sich junge Frauen und Mädchen zusammen, um sich eigene subkulturelle Territorien zu erschließen. Die Bezeichnung „Grrrl“ sollte dabei die feministische Selbstaneignung des Begriffes „Girl“ herausstellen, der mit Attributen wie „nett“, „passiv“ und „ungefährlich“ belegt war (Garofalo/Rosenberg 1998: 809). Dabei bedienten sie sich der kulturellen Praktiken der Punkbewegung. Vor allem die Idee des **Do-It-Yourself** wurde zu einem zentralen Prinzip der Riot Grrrl-Gemeinschaft. Bereits in einem frühen Manifest, das in der Szene kursierte, wurde dazu aufgerufen, sich die popkulturellen Produktions-

mittel anzueignen und damit eigene Bedeutungen zu schaffen. So entstanden neben selbstverwalteten Plattenlabels und Vertrieben auch zahlreiche Bands wie *Team Dresch*, *Heavens to Betsy*, *7 Year Bitch*, *Excuse 17* und allem voran *Bratmobile* und *Bikini Kill*. Eine wesentliche Rolle bei der Vernetzung kam den Zines zu. Sie dienten den Riot Grrrls als zentrales Kommunikationsmedium. So stellten Zines unter anderem ein sicheres Kommunikationsforum für den Austausch von persönlichen Erfahrungen mit Essstörungen, der Suche nach der eigenen Geschlechteridentität und Traumata wie sexualisierte Gewalt oder rassistische Ausgrenzung bereit. Der private Bereich als Ausgangspunkt politischer Aktivität erhielt somit eine Aufwertung (Leonard 1997: 238). Zines wurden aber nicht nur zum persönlichen Erfahrungsaustausch genutzt. Sie hatten auch eine informative Funktion. Indem sie Plattenkritiken, Daten von Konzertveranstaltungen, Interviews, Neuigkeiten, Rezensionen und Adressen von Riot Grrrl Bands, Informationen über Riot Grrrl-Aktivitäten oder allgemeine Stellungnahmen zu gesellschaftspolitischen Themen brachten, stellten sie Öffentlichkeit her (Gottlieb/Wald 1994: 182).

Ähnlich wie Punk in seinen Anfangstagen löste auch die Riot Grrrl-Bewegung einen regelrechten Boom an Zines aus. Durch die Berichterstattung in massenmedial verbreiteten Jugendmagazinen wie *Just Seventeen*, dem US-amerikanischen Pendant zu Blättern wie *Bravo Girl* oder *Mädchen*, erfuhren allmählich auch Frauen und Mädchen, die selbst nie Teil der Riot Grrrl-Gemeinschaft waren, von der Existenz der selbstgemachten Hefte. Auch sie begannen sich das Medium anzueignen. So lösten sich diese selbstverlegten, unkommerziellen Zines allmählich vom Riot Grrrl-Kontext. Durch das Verschweigen des feministischen Kontexts der Bewegung in der Massenkultur wurde Riot Grrrl Schritt für Schritt entpolitisiert. Die ursprünglich sozial- und konsumkritisch motivierte Bewegung verlor sich binnen kurzer Zeit in der inhaltsleeren Rhetorik des „Girlie Looks“. Im August 2000 ließ eine neue Generation von Aktivist_innen aus Olympia die feministischen Bestrebungen und DIY-Praktiken der Bewegung wieder aufleben, nur eben losgelöst vom weitgehend ausgeschlachteten Etikett „Riot Grrrl“. Das erste Ladyfest war damit geboren. **Ladyfeste** sind nicht-kommerzielle, partizipative Festivals, die von und für sich mit Queerfeminismus

identifizierenden Menschen organisiert werden, um ihren künstlerischen und politischen Arbeiten ein Forum zu bieten (s. Zobl 2011a).

Diese Ladyfeste haben sich seit dem Ladyfest in Olympia weltweit verbreitet. Von 2000 bis 2010 fanden 264 Ladyfeste in 34 verschiedenen Ländern statt (Stand Juli 2010). Das erste Ladyfest im deutschsprachigen Raum fand 2003 in Hamburg statt. Obwohl Ladyfeste von Ort zu Ort sehr unterschiedlich sein können, verbindet sie nicht nur der gemeinsame Name, sondern auch ein Bekenntnis zu (queer-)feministischem Aktivismus und lokale, transnationale und virtuelle Netzwerke kultureller Produktion. Ladyfeste stehen in der Tradition von frauenspezifischen und feministischen Festivals. Organisiert von Frauen zwischen ca. 18 und 30 Jahren, die sich dem DIY-Ethos des Punkrock und einer anti-kapitalistischen Agenda verpflichtet fühlen, erstrecken sich Ladyfeste über mehrere Tage und umfassen Auftritte von MusikerInnen, KünstlerInnen, Performances, Ausstellungen, öffentliche Diskussionen, Demonstrationen und Workshops.

In Abgrenzung zur Verniedlichung der Riot Grrrls als „Girlies“ wählte man mit der Bezeichnung „Lady“ einen weitaus offeneren und medial weniger vereinnehmbaren Begriff. „Damit schufen die frühen Riot Grrrls sich eine neue, passendere Identität: Ladies sind älter, reifer und souveräner. Sie wissen, was sie tun, und zeigen damit, dass Feminismus gleichzeitig cool und sexy sein kann“, schreiben die Hamburger Ladyfest-Organisator_innen auf ihrer Webseite (vgl. Plesch 2011). Ladies machen ihre Musik selbst, eignen sich die Produktionsmittel der Massenkultur an, tauschen sich aus, bilden sich untereinander fort und knüpfen Netzwerke, um sich den Platz zu verschaffen, den ihnen das Mainstreambusiness immer noch allzu oft verweigert. Während sich die Riot Grrrl-Bewegung noch vorwiegend an junge, punkbegeisterte Aktivist_innen aus der weißen Mittelschicht richtete, kennt der Begriff „Lady“ im Idealfall keine Grenzen mehr. Das Workshop-, Musik- und Ausstellungsangebot auf Ladyfesten wendet sich an alle, denen ein Interesse an queer-feministischen Belangen gemeinsam ist. Ziel ist es, herrschende Ausschluss- und Unterdrückungsmechanismen zur Diskussion zu stellen. Dabei ist nicht nur Geschlecht

eine der zentralen Kategorien, die die Gesellschaft strukturiert, auch Ethnie, Klasse und weitere soziale Unterscheidungsmerkmale sind prägend. In den letzten Jahren werden die Überschneidungen verschiedener sozialer Kategorien unter dem Begriff der **Intersektionalität** diskutiert. Zurückgeführt wird der Begriff auf die US-amerikanische Wissenschaftlerin Kimberley Crenshaw (1998), die damit auf die diskriminierende Verschränkung der Kategorien „Rasse“ und Gender im juristischen Diskurs hingewiesen hat. Diese verschiedenen sozialen Kategorien, die soziale Ungleichheit, Marginalisierung oder Normalisierung hervorrufen, sind nicht fest, sondern interdependent. Sie stellen damit ein komplexes Beziehungsgeflecht her, das sich in Wechselwirkungen bildet und damit unterschiedliche und spezifische Formen der Unterdrückung hervorbringen kann.

2.3 Do-It-Yourself!

Partizipative Kultur und Aktivismus

Das Konzept der **participatory culture** spielt eine wichtige Rolle im Kontext kultureller Beteiligung. Henry Jenkins et al. beschreiben in ihrer zentralen

Studie „Confronting the Challenges of Participatory Culture“ (2006: 3) diese als eine Kultur mit niedrigschwelligem Zugang für künstlerischen Ausdruck und ziviles Engagement, in der Menschen als aktive Beitragende und Teilnehmer_innen in kultureller und medialer Produktion (vor allem online und kollaborativ) agieren, sich gegenseitig in Netzwerken und Communities unterstützen und über informelles Mentoring Wissen teilen und weitergeben.

Die Anfänge der **Do-It-Yourself (DIY)**-Kultur wurzeln in den avantgardistischen Kunstbewegungen der 1950er und der 1960er Jahre und den damals aufkommenden sozialen Bewegungen. Mit der Entwicklung des Internet bringen immer mehr junge Menschen als aktive kulturelle Produzent_innen eine Vielzahl an kulturellen, künstlerischen und medialen DIY-Projekten hervor. Dabei entstehen nicht nur lokale, transnationale und virtuelle Netzwerke (Zobl 2011), sondern auch kollaborative, partizipative, und nicht-kommerzielle Räume, die geprägt sind von einem informellen Lernen (Pfadenhauer 2010), prozessorientierten, nicht-hierarchischen und kollaborativen Arbeitsmethoden, Aktivismus, zivilgesellschaftlichem Engagement

und aktiver Bürgerschaft (Reitsamer/Zobl 2011). So werden beispielsweise in DIY-Workshops durch **Learning by Doing** und **Skill Sharing** technische, künstlerische und handwerkliche Kompetenzen mit dem Ziel vermittelt, eigene kulturelle Produktionen herzustellen, diese über nicht-kommerzielle Netzwerke zu verbreiten und dadurch etablierte Maßstäbe für „perfekte“, kommerziell ausgerichtete kulturelle Produktionen zu subvertieren.

Diese neuen partizipativen Kulturen repräsentieren in diesem Sinn ideale peer-to-peer Lernumgebungen, an denen junge Menschen auf verschiedenste Weise mit neuen ästhetischen Innovationen experimentieren: Paul Gee spricht hier im Speziellen von „affinity spaces“ (2004) als (reale oder virtuelle) Räume, in denen (junge) Menschen über gemeinsame Interessen und Ziele zusammengebracht werden und durch informelles Lernen und Vernetzungsaktivitäten daran teilnehmen. Durch die gemeinsame Motivation können laut Gee gewisse Barrieren (wie Alter, sozio-ökonomischer Status, Bildung) überwunden werden, und ein Aufbrechen des Expert_innenwissens findet statt, so dass es dadurch zu einer Demokratisierung unterschiedli-

cher Wissensformen kommen kann. Diese offenen Räume werden auch als wichtiger Motor für Innovation, Kreativität, kulturelle Transformation und gesellschaftliche Mitbestimmung Jugendlicher angesehen. (Selbst-)Ermächtigung und Mitbestimmung entstehen durch den Erwerb von Kompetenzen der Selbstrepräsentation sowie durch das Treffen sinnstiftender Entscheidungen in einem realen zivilgesellschaftlichen Kontext. Die Herausforderung liegt in dem Schritt vom Kulturkonsum zu aktiver Kulturproduktion, die zu gesellschaftlicher Mitbestimmung führt.

Allerdings werden auch „Ausschlüsse“ wie ungleicher Zugang zu Möglichkeiten, Kompetenzerwerb und Wissen deutlich. Demgemäß sind neue Fähigkeiten für die Teilhabe in der Gesellschaft notwendig, wie etwa soziale Fähigkeiten, die durch Kollaboration und Vernetzung entwickelt werden. Die Teilhabe an partizipativen Räumen erfordert einen Lernprozess, der von allen Beteiligten geteilt werden muss: Themen wie die Betonung auf prozessorientierte, nicht-hierarchische und kollaborative Arbeitsmethoden, die bewusste Reflexion, Verhandlung und Reklamation von Raum und das

Zulassen von möglichen Konflikten und von kritischer Selbstreflexion sind allesamt eine große Herausforderung.

2.4 Bedeutung in pädagogischen Kontexten

Feministische Kultur- und Medienproduktionen können als temporäre partizipative Räume erfasst werden, in denen junge Frauen als kulturelle Produzentinnen aktiv werden, Wissen und Kompetenzen erwerben, Allianzen und Netzwerke bilden, Kritik an Macht- und Herrschaftsverhältnissen üben, sich mit Raumanerkennung auseinandersetzen sowie ihre eigene Position im Raum und in der Gesellschaft reflektieren. Feministische Kultur- und Medienproduktionen nutzen unterschiedliche Strategien, um Aufmerksamkeit auf intersektionale Formen der Diskriminierung und des Ausschlusses innerhalb der Kunst-, Medien- und Kulturbereiche sowie auf die Dekonstruktion stereotyper Bilder zu lenken. Obwohl sie auf respektvollem Umgang miteinander und Vertrauen basieren, sind auch soziale und strukturelle sowie diskursive Ausschlussmechanismen wirksam (so ist die assoziierte demografische Gruppe vorwiegend weiß, jung, gebildet

und entstammt der Mittelklasse) und sie sind als selbstorganisierte Räume in Zeiten prekarierteter Arbeitsleistungen nicht konfliktfrei. Brigitte Hipfl (2004) hat in dem Buch „Identitätsräume“ die Konzeption von medialen Identitätsräumen und Zwischen-Räumen dargelegt. Solche Räume sind in Anlehnung an die Geografin Doreen Massey von Momenten des Unerwarteten und des ständigen Gemachtwerdens gekennzeichnet und können damit zu Orten werden, an denen neue Identitätspositionen, Geschichten und Bewegungen entstehen und in ihrer Vielfalt nebeneinander stehen. In Bezug auf feministische DIY Kultur- und Medienproduktionen wird durch die aktive kulturelle Produktion die traditionelle Rollenverteilung zwischen Produktion und Konsum aufgebrochen und das Publikum partizipativ einbezogen. Dadurch entstehen, so kann man mit Brigitte Hipfl argumentieren, nicht nur mediale sondern auch kulturelle Identitätsräume, die durch ihre diskursive Prozesshaftigkeit, Vielfalt und Momente des Unerwarteten gekennzeichnet sind und auch gesellschaftliches Veränderungspotenzial aufzeigen. Verbunden mit dem Konzept der „participatory culture“ (Jenkins et al. 2006) können wir also von

partizipativen kulturellen und medialen Räumen sprechen.

Warum sind Auseinandersetzungen mit partizipativen kulturellen und medialen Räume in schulischen und pädagogischen Zusammenhängen wichtig? Grundsätzlich schaffen jugendkulturelle, selbst-definierten Räume eine **Alternative zu den Mainstream-Repräsentationen** und bieten die **Möglichkeit der vielfältigen Selbstrepräsentation für den Ausdruck von marginalisierten Stimmen und die Hinterfragung von Rollenbildern**. Räume und Netzwerke außerhalb formalisierter Bildungseinrichtungen können geschaffen werden, in denen junge Menschen Gleichaltrigen ihre Erfahrungen und Ideen lokal oder über Grenzen hinweg kommunizieren. Ladyfeste, Zines oder Craftivism Projekte können als Beispiele einer lebendigen partizipativen Kultur im Unterricht (oder in außerschulischen Projekten) angeführt und erfahren werden. Wir müssen dabei davon ausgehen, dass es keine „freien Räume“ ohne Exklusionsmechanismen gibt. Aber für die Lernenden können sich Handlungsräume und -möglichkeiten eröffnen, indem sie selbst als kulturelle ProduzentInnen aktiv werden können. Junge Menschen tauschen sich über gemeinsame

Interessen aus und tragen durch das Aufbrechen von Expert_innenwissen zu einer Demokratisierung unterschiedlicher Wissensformen bei. In Workshops nehmen Jugendliche eine aktive, kreative und kritische Rolle in der Gestaltung ihrer Umgebung ein und kreieren im Sinne des „Do-It-Yourself“ selbstverantwortlich ein künstlerisches, kulturelles oder mediales Projekt von der Idee bis zum Vertrieb. Dieser emanzipative Aspekt setzt einer konsumierenden Haltung produktive Kritik am Bestehenden, aktive kulturelle Produktion und Selbstbestimmung entgegen und regt kritische Denk- und Meinungsbildungsprozesse an. Dadurch können Prozesse kritischer Reflexion in Gang gesetzt und machtkritische und selbstermächtigende Räume eröffnet werden, die künstlerischen Ausdruck und zivilgesellschaftliches Engagement im Austausch mit anderen fördern und in denen Erfahrungen und Wissen untereinander mit Wertschätzung und Solidarität weitergegeben werden.



3. FEMINISTISCHE ZINES ⁷

Wir alle wollten schon immer Pippi (Langstrumpf) sein, doch alles was wir waren, war Annika. Wir waren brav, folgten unseren Eltern, machten den Abwasch, brachten gute Noten nach Hause und wollten später etwas Sinnvolles werden, Ärztin oder Lehrerin ... In unseren Träumen waren wir Pippi, selbständig, fähig unsere Ideen durchzusetzen und das Leben so zu leben, wie wir wollten. ... (Dieses Zine) soll unser Forum sein, ein Ort, an dem wir Annikas all das sagen können, das normalerweise unausgesprochen bleibt ... Annikafish wird vermutlich wie eine Art erweitertes Tagebuch werden, in dem wir unsere Überlegungen und Diskussionen niederschreiben ... Wir wollen aber nicht nur unsere Anliegen propagieren, sondern versuchen, die Probleme mit einer generelleren Sicht auf die Gesellschaft zu unterlegen ... Natürlich haben wir einen feministischen Anspruch ... Das Zine soll ein offener Ort für alle sein, die sich mit ihrer Umwelt auseinandersetzen, die sich nicht damit zufriedengeben, was uns seit Jahrtausenden immer wieder gesagt wird.

Annikafish, Wien, Winter 1999

Feministische und queer-feministische Zines – oft als **Grrrl Zines** oder **Femzines** bezeichnet – stehen in der langen Tradition der **freien Medienproduktion**. Es sind selbstständig produzierte Magazine, die von und für Mädchen, jungen Frauen und queeren und transgener Menschen mit Interesse an Feminismus, Alternativkultur und Aktivismus geschrieben, herausgegeben und verteilt werden (zu Charakteristika von Zines, s. Übersicht 1). Sie werden häufig in kleinen Auflagen kopiert, selbst geheftet und in Buchhandlungen, Plattengeschäften und Mailorder-Katalogen (sogenannten „Distros“, s. Referenzliste) vertrieben. Die meisten Zines beginnen wie *Annikafish* in der „Art erweiterter Tagebücher“ als persönliche Newsletter, die an Freund_innen verteilt oder gegen andere Zines getauscht werden. Zines können aber auch Sprungbrett zu Größerem sein: Die US-amerikanischen *Bust*, *Bitch* und *Venus*

⁷ Dieses Kapitel wurde von Elke Zobl verfasst.

Zine oder auch das deutschsprachige *Missy Magazine* – das u.a. von einer *Annikafish*-Produzentin (Sonja Eismann) mitherausgegeben wird – sind Beispiele, wie aus schwarz-weiß kopierten Fanzines international vertriebene Magazine wachsen können.

3.1 Die Entwicklung feministischer Zines: ein kursorischer Überblick

Aus westlicher Perspektive schreibt sich die Geschichte der Zines so: Die Bezeichnung „Zine“ ist abgeleitet von „Fan Magazine“ und stammt aus den 1930er Jahren, als Science-Fiction-Fans begannen, ihre Geschichten auszutauschen (Duncombe 1997). Der Begriff wurde bald zu „Fanzine“ und später zu „Zine“ verkürzt. Zines erfuhren einen Aufschwung in der Punkbewegung und der damit verbundenen Do-It-Yourself-Ethik (Spencer 2005) in den 1970er Jahren sowie mit der Verbreitung von Kopiermaschinen in den 1980ern. Eigenpublikation ist eine Methode, die mit vielen Kunstbewegungen im 20. Jahrhundert assoziiert wird. In selbstveröffentlichten (oft handgemachten) Journalen, Magazinen, Pamphleten und Briefen (als Mail Art) haben Künstler_innen des Dadaismus, Surrealis-

mus und Situationismus ihre Agenden verbreitet. Die Zeitschriften der Dada-Künstler_innen Hugo Ball, Sophie Täuber-Arp, Hannah Höch, Hans Arp, Francis Picabia oder Tristan Tzara waren zwar nur von kurzem Bestand, aber dennoch einflussreich. Die darin verwendeten künstlerischen Techniken wie etwa die Collage oder die darin propagierten Konzepte der Gegenöffentlichkeit und Selbstorganisation übten einen großen Einfluss auf Zine-Herausgeber_innen aus. Zu Beginn der 1990er Jahre wurde diese Praxis der selbstproduzierten Magazine auch von Künstler_innen im deutschsprachigen Raum als Produktionsform aufgegriffen (z.B. Regina Möller mit *regina* oder Ina Wudtke mit *Neid*, beide Deutschland).

In Österreich haben sich seit den 1990er Jahren mehrere feministische Magazine/Zines und Comics formiert, wie etwa *Annikafish*, *cuntstunt*, *female sequences*, *fiber*, *geringfügig beschäftigt*, *spitzmützplanet*, *plastikmädchen*, *PUCKIzine*, *Politcomix NO*, *Murmel Comics* und *Rosa: Ein Schweinecomix*, in Deutschland z.B. *Anti-Muse*, *Die Krake*, *CUNTstatic Zine*, *Else*, *It's Not Just Boys Fun!*, *HerJazz*, *Schritte*, *Toilet Paper*, *Wolverette*, *Girl Gang Zine*, *Grrrls in subculture*, *MOMO*, *Brav_a*,

Make Out Magazine, Queerulant_in, La Moustache, Wer A sagt, muss nicht B sagen, Riot Grrrl ABC Zine, kiin zine, 15 ¾ stories; in der Schweiz u.a. *Elend&Vergeltung* und als zentraleuropäisches Projekt das *Plotki Femzine* (s. dazu Chidgey et al. 2009).

Grrrl Zines spielten in der Riot-Grrrl-Bewegung (siehe Kapitel 2) eine wichtige Rolle und trugen zur Vernetzung und Verbreitung dieser wesentlich bei. Die Riot-Grrrl-Bewegung und Grrrl Zines wurden in der Folge als Ausdruck einer „**Third Wave**“-**Feminismusbewegung** (Baumgardner/Richards 2000, Bell 2002, Garrison 2000, Harris 1998, Heywood 2006, Piano 2002, Walker 1995) bezeichnet, ein Begriff, der auch manchmal unter den Bezeichnungen „**Popfeminismus**“ (Eismann 2007); „**Neuer Feminismus**“ (Gržinić/Reitsamer 2008) oder „**DIY Feminism**“ (Bail 1996, Chidgey 2009a) reüssiert.

3.2 Produktionskontext von Zines: Vernetzung und Herstellung

Ab Mitte der 1990er Jahre erfuhren Grrrl Zines eine immer größere Verbreitung. Der Schwerpunkt der Aktivitäten lag und liegt in den USA, es entstanden aber auch international immer mehr Grrrl Zines (s. *Grrrl Zine Network*, Zobl 2009). Es bildeten sich Netzwerke auf lokaler, internationaler und virtueller Ebene von queer-feministisch orientierten und kulturell aktiven jungen Menschen, die sich durchaus in der Genealogie der historischen Frauenbewegungen sehen (Schilt/Zobl 2008). Das Schöne an Zines ist, dass sie – in Bezug auf Aussehen, Inhalt und Qualität – sehr vielfältig und unterschiedlich sind: Es gibt keine Richtlinien in Bezug auf Inhalt und Aussehen und sie können ohne große finanzielle Mittel abseits vom Mainstream produziert werden. Eliana, Herausgeberin von *Dos Chicas* aus Peru, meint im Interview dazu: *Ich hoffe, den Leuten zu zeigen, wie jede/r Ideen und Gefühle teilen kann, ohne viel Geld zu brauchen oder ohne die traditionellen Kommunikationswege zu nutzen, die in den meisten Fällen von Einflüssen und Macht geregelt werden. Wie es einfachere Wege gibt uns*

*auszudrücken, als wir normalerweise denken, und dass diese kreativer und persönlicher sein können als herkömmliche Zeitungen, Magazine, TV oder Radio.*⁹ Die wachsende Verbreitung des Internet führte zur Entstehung von sogenannten e-zines oder gURL zines (wie z.B. *The F-Word*, England; *The Feminist eZine*, Kanada; *Geekgirl*, Australien; *Girl Mom*, USA; *riot grrl*, Deutschland; *Qunst.mag*, Deutschland, *Wolfsmutter*, Österreich), die aber nicht, wie oft prognostiziert, die Existenz von Printheften verdrängen.

Anzumerken ist, dass sich nicht alle Grrrl Zine-Produzent_innen (Grrrl Zinesters) selbst als solche bezeichnen, denn der Begriff ist eine Sammelbezeichnung von außen, der eine sehr disparate Gruppe von Medienaktivist_innen zusammenfasst. International gesehen kann es also weit mehr Grrrl Zines geben, die nicht in unserem Radar auftauchen – aufgrund der Bezeichnung, der Sprache und der Distribution (Zines werden kaum offiziell archiviert). Ein Kritikpunkt an der Riot-Grrrl-Bewegung – und somit auch an den Grrrl Zines – war, dass vor allem weiße, studierende junge Frauen aus der Mittelklasse involviert waren. Dies ist großteils auch heute

⁹ Die Interviews sind unter <http://www.grrrlzines.net/interviews/interviews.htm> zugänglich.

noch so, obwohl sich die Bandbreite der Produzent_innen ausgeweitet hat, vor allem in geografischer Hinsicht und durch eine komplexer gewordene Auseinandersetzung mit Differenzen zwischen Frauen (Stichwort: Intersektionalität), die Protagonist_innen akzeptieren heute verschiedene Identitäten und auch Widersprüche innerhalb einer Person.

3.3 Do-It-Yourself-Ästhetik der Zines

Oft entsprechen Zines nicht standardisierten Magazinstrukturen und bieten keine Seitennummierung, kein Inhaltsverzeichnis, Layout oder eine Angabe von Ort und Datum. Stattdessen stehen Cut-and-Paste-Collagen, Notizen, Fotos, Zeichnungen und Comics nebeneinander. Diese DIY-Ästhetik äußert sich auch in der häufigen Verwendung des Schreibmaschinen-Schriftbildes: Selbst wenn das Zine am Computer gelayoutet wird, wird dieses Schriftbild oft imitiert. Grundsätzlich geht es den Produzent_innen mehr um den Prozess des Zine-Machens als um das Produkt. Zines sind demnach charakterisiert durch den Prozess ihrer Entstehung und durch ihre Vielfalt, sowohl in inhaltlicher wie in formaler und ästhetischer Hinsicht. Viele

Herausgeber_innen benutzen visuelle Mittel wie die Collage, um normative Bilder und popkulturelle Stereotype konventioneller Weiblichkeit und rigider Geschlechterrollen zu verzerren und zu rekontextualisieren. Manchmal sind Zines auch künstlerische Einzelstücke, die aus Holzschnitten, Lithographien und speziellen Einband-Techniken gemacht und deren Titelbilder handkoloriert sind. Oft werden den Zines auch Patches, Buttons oder Flyer beigelegt. Eine wichtige Rolle in der Reproduktion spielen die benutzten Kopiermaschinen, die auch zur DIY-Ästhetik beitragen.

3.4 Inhalte: Thematischer Fokus der Zines

Grrrl Zines können jedes erdenkliche Thema behandeln – persönliche Anliegen und Interessen, Kritik am herrschenden Gesellschaftssystem, den Massenmedien, der täglichen Diskriminierung und dem Sexismus – abseits von redaktioneller und institutioneller Kontrolle und Zensur. Isy, Herausgeberin von *Morgenmuffel* (England), meint: *Zines sind [...] das ultimativ Unzensierte – die echten Stimmen in dieser von Massenmedien und Ideologien beherrschten Welt. Sie sind direkt*

und voller Leidenschaft, und sie sind ein Versuch, wirklich eigene Ideen zu verbreiten und eigene Kulturen aufzubauen.

Die häufigsten Themen in Grrrl Zines sind Popkultur, Musik, Körper(bilder), sexuelle Gewalt und Selbstverteidigung, plurale sexuelle oder ethnische Identität, Kunst, Literatur und sogenannte Per-Zines oder Ego-Zines. Daneben gibt es aber noch viele andere Facetten: u.a. zum Reisen als Band, zu religiöser Unterdrückung und zu körperlicher und mentaler Gesundheit. Eine der am rasantesten wachsenden Zine-Kategorien in Nordamerika stellen die „Mama Zines“ dar, die dem „perfekten“ Mutterbild das realistische Alltagsleben entgegenzusetzen und Ausdrucksort marginalisierter Stimmen sind (als prominentestes Beispiel *Hip Mama*, USA). In den letzten Jahren ist auch eine Vielzahl von Zines erschienen, die die Interdependenz von Ethnizität, Rasse, Sexualität und Klasse diskutieren (wie bspw. „The Intersectionality Issue“ des Zines *Geeked*, England). Zentral sind auch zwei Ausgaben der Zine-Anthologie *Evolution of a race riot* (herausgegeben von Mimi Nguyen, USA) mit Texten von und für „people of color“ als historisches Dokument und als Netzwerktool.

Indem sie Tabuthemen wie Missbrauch und Inzest und Diskriminierungsmechanismen wie Sexismus, Homophobie und Rassismus ansprechen, weisen Grrrl-Zine-Herausgeber_innen auf die Herausforderungen und Missstände unserer Gesellschaft(en) hin. Die Herausgeber_innen von *Bendita: A Latin women's initiative against violence towards women* etwa meinen: *Unser Zine ist ein großes, 'Ihr könnt mich mal' an eine patriarchale Gesellschaft, die uns sagt, wir sollen unseren Mund halten, wenn es um Vergewaltigung geht.*

Zines bieten ein Format außerhalb der Mehrheits-Gesellschaft, um offen über Themen und gelebte Erfahrungen zu schreiben, die im Mainstream absent sind, wie etwa *Venus Zine* (USA):

Mein Ziel ist, ein Thema abzudecken, das nicht genug Berichterstattung bekommt – oder zumindest nicht ausreichende, seriöse und durchdachte Berichterstattung: Frauen, die Musik machen. Frauen, die führend sind, indem sie Dinge so machen, wie sie wollen. Frauen, die Zines schreiben, ihre eigenen Firmen starten, Ideen umsetzen. Frauen, die dich, die/den Leser_in, inspirieren.

Amy Schroeder

Als sehr persönliche und subjektive Dokumente privilegieren Zines die autobiographische Stimme als Ort für Reflexion. Viele Zines sprechen von schmerzvollen und traumatischen Erfahrungen, wie z.B. sexuellem Missbrauch, um diese Erfahrungen mit Gleichgesinnten zu teilen und Bewusstsein dafür zu schaffen. Die meisten Zinesters verwenden zum Schutz ihrer Privatsphäre Pseudonyme und Postfach-Adressen.

3.5 Herausforderungen

Grrrl Zines können nicht nur partizipative mediale Identitätsräume (Hipfl 2004), sondern auch widersprüchliche Räume sein, durchzogen von strukturellen und diskursiven Ungleichheiten, Brüchen und Ausschlüssen. Insgesamt sind Zines alternative Medien, in denen die Produzent_innen und Leser_innen eine Alltags-Medienökonomie des Schenkens und Tauschens herstellen, Prozessen der Institutionalisierung, Professionalisierung und Kapitalisierung widerstehen und diese verweigern (können). Wichtiger als ein wirtschaftliches Auskommen zu finden, ist für Zinesters ihre Einbindung in das Netzwerk, die Möglichkeit des Austauschs

und der nicht-kommerziellen Weitergabe von Ideen im Sinne des Anti-Copyright („Copyleft“). Zentral ist das Ethos des DIY: Das Grundprinzip der Zines ist, dass jede/r Leser_in selbst auch Produzent_in werden und potenziell alle Rollen von der Produktion bis zum Vertrieb einnehmen kann. Im Mittelpunkt steht nicht der Erfolg in Hinblick auf die Anzahl der Leser_innen, sondern in Hinblick darauf, dass sich eine Vielzahl von Stimmen in einer Vielzahl von Medien ausdrücken kann.

Bedeutsame **strukturelle Ungleichheitsdimensionen** ergeben sich im Umgang mit Medien und Technologie: eine gewisse Medienversiertheit wird vorausgesetzt, um überhaupt Zugang zu diesen alternativen Medien zu bekommen, zudem die Fähigkeit zur Medienproduktion und zur Teilnahme an Medien-Netzwerken (on- und offline). Den Produzent_innen müssen dafür unterschiedliche soziale, kulturelle und bildungsbezogene materielle Ressourcen zur Verfügung stehen, v.a. Zeit (Freizeit) und der Zugang zu Medientechnologie, eine Tatsache, die sich nach Henry Jenkins in einem „participation gap“ (Jenkins et al. 2006) äußert. Viele Grrrl Zines haben den inhaltlichen Anspruch, feministisch, antirassistisch und solidarisch mit

Frauen und marginalisierten Gruppen zu sein. Sie wollen offene, partizipative, nicht-hierarchische und informelle Identitätsräume schaffen, die durch niedere Zugangsschranken, billige und einfache Technologien und alternative Distributionswege das Aufbrechen der Grenze zwischen Konsument_in und Produzent_in und den Zugang zur Medienproduktion erleichtern sollen. Aber auch in diesen Identitätsräumen sind soziale und strukturelle sowie diskursive Ausschlussmechanismen wirkmächtig. Um auch die diskursiven Ausschlussmechanismen nicht außer Acht zu lassen, erscheint uns der Zugang der **Critical Whiteness Studies** aus den USA fruchtbar, das „unhinterfragtes Weißsein“ als System von Privilegierung und Dominanz sichtbar machen kann. Obwohl sich viele Grrrl Zine-Macher_innen bestimmter Machtdynamiken bewusst sind, geht dieser Anspruch oftmals nicht über eine leere Rhetorik der Inklusion hinaus. Durch die Verwendung spezifischer kultureller Codes, Symbole, Sprache und Ästhetik adressieren die Produzent_innen ihre Peers. Die mit Grrrl Zines assoziierte demographische Gruppe ist wie gesagt vorwiegend weiß, aus der Mittelklasse, jung und bildungsbevorzugt. Viele Zine-Produzent_innen lassen eine kriti-

sche Reflexion ihrer Privilegien, die sie durch ihre gesellschaftliche Position als weiße Mehrheitsangehörige haben, vermissen. Es entsteht ein normativer Raum, in dem die gesellschaftliche Position von weißen Mehrheitsangehörigen zur hegemonialen Norm erhoben wird.

Demnach wäre hier die Forderung nach Selbstreflexion (etwa unter Hinweis auf die Homogenität der Zine Community) und einer Beschäftigung mit den Intersektionen von Gender, ‚Race‘, Klasse und Macht zu erheben, die letztlich zu einer „neuen“ kritischen und selbstreflexiven Geschichte der feministischen Alternativmedien führen könnte, die einen anti-kolonialistischen Standpunkt beinhaltet. Bei *MigraZine* beispielsweise, dem „mehrsprachigen Online-Magazin von Migrantinnen für alle“ (www.migrazine.at), herausgegeben vom autonomen selbstorganisierten Migrantinnen-Verein *maiz* in Linz, Österreich, sind Migrantinnen am gesamten Entstehungsprozess des Mediums beteiligt. Als Plattform für unterrepräsentierte Stimmen kann *MigraZine* als gelungenes Beispiel für „selbstorganisierte Partizipation an der Medienlandschaft“ (Website) von intersektionalen Identitäten und so für die Schaffung von partizipativen medialen Iden-

titätsräumen in (queer-)feministischen Alternativmedien gelesen werden.

3.6 Bedeutung und Zusammenfassung

Viele Mädchen und junge Frauen sehen sich und ihre Interessen in der Gesellschaft und in den Massenmedien nicht oder missrepräsentiert. Sie wollen ihre Standpunkte darstellen und selbstdefinierte Bilder, Inhalte und Netzwerke nach ihren eigenen Vorstellungen und Visionen entwerfen. Unabhängig von den Massenmedien nehmen sie eine aktive und kreative Rolle in der Gestaltung ihrer Medienumgebung ein. Im Protest gegen das gesellschaftliche, kulturelle und politische Korsett kritisieren viele Herausgeberinnen von Grrrl Zines das verzerrte und idealisierte Bild von Mädchen und Frauen in den Medien. Der Zuwachs an Zine-Macher_innen ist einer Vielzahl von sozialen, politischen und technologischen Veränderungen zugeschrieben worden, wie etwa dem leichteren Zugang zu Medientechnologien oder auch der Riot Grrrl-Bewegung, da sie Mädchen ermunterte, aktiv zu werden. Auf der persönlichen Ebene haben Zines für viele Mädchen und Frauen Bedeutung, da sie ihre Ge-

danken, Meinungen, Ideen und Gefühle frei benennen können und sich mit Gleichaltrigen und Gleichgesinnten über Ortsgrenzen hinweg austauschen können. Das dabei entstehende internationale Netzwerk ist insbesondere für Frauen in entlegenen Gegenden oder für jene, die sich als Außenseiterinnen fühlen, wichtig. Für Lil von den *Pink Punkies* (Argentinien) ist es *ein Vergnügen, Leute von der ganzen Welt kennenzulernen und aus meinem eigenen Land, es geht um das Teilen von Ideen und Meinungen, es bedeutet Lernen und Lehren, es öffnet meine Denkweisen und hilft anderen, ihre Denkweisen zu öffnen. Es ist ein sehr guter und lustiger Weg, Informationen zu bekommen ohne den ganzen Mist, der uns von TV oder Radio vermittelt wird.*

Gemeinsam ist vielen Grrrl Zines ein Streben nach Selbstermächtigung und der Widerstand gegen das heteronormative, patriarchale Gesellschaftssystem, dem sie ihre eigenen Stimmen entgegenzusetzen: *Das Machen von Zines bedeutet für mich die Schaffung eines eigenen Kanals, um alles auszudrücken, was wir sagen wollen und wofür uns nie eine Chance gegeben wurde. Es ist so ermäch-*

tigend. Speziell, weil es in vielen Fällen den marginalisierten Gruppen eine Stimme gibt, deren Stimmen (und Leben) im Allgemeinen nie in der Mainstreamgesellschaft berücksichtigt werden, meint Isabella Gargiulo von *Bendita* (Brasilien). Ein großes Anliegen ist, andere zu inspirieren, selbst aktiv zu werden: *Alles was ich will, ist eine kleine Revolution in den Köpfen und Herzen meiner Leser_innen zu initiieren, die hoffentlich zu größeren Veränderungen führen wird*, meint Trent (*Trippers Zine*, Singapur).

Können Zines also bedeutsamen sozialen und politischen Wandel bewirken? Kelly, Herausgeberin von *Pretty Ugly* (Australien), meint dazu:

Alternative und unabhängige Medien sind AUS-SCHLAGGEBEND für jeden sozialen Wandel. Grrrl Zines sind besonders wichtig, da wir in einer Welt leben, in der männliche Stimmen vorherrschen und starke, unabhängige, feministische Frauenstimmen kaum wahrgenommen werden. Diese Stimmen existieren, aber wir bekommen sie oft nicht zu hören, außer wenn wir uns ein Zine zum Lesen schnappen!

Caleb von *Soldier* (USA) wiederum glaubt *nicht unbedingt, dass Zines soziale oder politische Revolutionen auf einer breiten Basis schaffen können, aber sie sind sehr wichtig, um Netzwerke mit anderen Gemeinschaften herzustellen, um unsere eigene Kultur und positive Repräsentationen zu schaffen, um gegenseitige Unterstützung anzubieten und um über unsere eigenen Erfahrungen und Ideen zu schreiben und lesen.*

Während wir nicht außer Acht lassen dürfen, dass nicht alle Mädchen und jungen Frauen die Mittel und Möglichkeiten haben, selbst produktiv zu sein, sollte das Potenzial, das in diesen partizipativen kulturellen Produktionen von jungen Frauen steckt, öfter wahrgenommen werden, sei es nun in akademischen, gesellschaftlichen und politischen Umfeldern oder in den Frauenbewegungen selbst. Denn, wie Stephen Duncombe so treffend schrieb: „The first act of politics is simply to act.“ (Duncombe 2002: 2)

Verweis

Zur Arbeit mit Zines in pädagogischen Kontexten, speziell im Kunstunterricht s. Zobl, Elke: “A kind of punk rock ‘teaching machine’”. Queer-feministische Zines im Kunstunterricht. Art Education Research: Queer und DIY im Kunstunterricht. Juli 2011, Jg. 2 (3). http://iae-journal.zhdk.ch/files/2012/02/eJournal-AER-no-3_Zobl.pdf (als Ausdruck in der Toolbox)

CHARAKTERISTIKA VON ZINES

- * Non-Profit & nicht kommerzielle, selbst gemachte und vertriebene Publikationen. Gemacht aus Leidenschaft, nicht, um Geld zu verdienen.
- * Können eine Vielzahl von Themen, Formaten und Stilen umfassen.
- * Repräsentation und Gehört-Werden: Selbstermächtigung für Macher_innen als auch Leser_innen, selbstbestimmte Repräsentation marginalisierter Gruppen. Behandeln und inkludieren häufig Themen, Ereignisse, Erfahrungen und Stimmen, die aus dem Mainstream ausgeklammert sind. Oft aus persönlicher Sicht geschrieben, in der subjektive Meinungen ausgedrückt werden.
- * Häufig werden Zines von jungen Leuten gemacht, können aber grundsätzlich von jedem/r gemacht werden, von einzelner Person oder von einem Kollektiv.
- * Experimentieren mit Identitätspositionen: Eröffnung neuer Perspektiven, Ausdruck eigener Ideen Rollendurchbrechung: Schaffung alternative Rollenbilder
- * Privilegieren das ‚Amateurhafte‘ und Nichtprofessionelle Produzent_innen müssen nicht journalistisch ausgebildet sein („Citizen Journalism“).
- * Betonen Kreativität, Ausdruck, Ermächtigung und Herstellen von Beziehungen zwischen Leuten und Kommunikation innerhalb von Netzwerken.
- * Form schwankt vom handgeschriebenen Zine, das fotokopiert wird, zu einer professionell entworfenen und gedruckten Publikation.
- * Einige Zines werden einmal herausgegeben, andere über Jahre hinweg.
- * DIY Kultur, eigenes Aktiv-Werden: Medienproduktion ohne viel Geld, Kritik an Konsumkultur. Meistens sind Zines ohne ISBN-Nummer / Barcode und werden nicht herkömmlich in Geschäften verkauft.
- * Netzwerk und Austausch: Leute kennenlernen, freies, offenes, alternatives Mediennetzwerk. Zines versuchen andere Leute anzuregen, selbst Medien zu machen bzw. aktiv zu werden (Aufruf: Do-It-Yourself!).
- * Kritische Reflexion des Selbst, von Gemeinschaften, von Gesellschaft



4. (QUEER-)FEMINISTISCHE COMICS ⁹

Zusätzlich zu den oft sehr autobiografischen Zines sind Comic-Anthologien für eine jüngere Generation von Zeichner_innen ein beliebtes Veröffentlichungsformat, die über Zine-Netzwerke vertrieben und/oder im Internet veröffentlicht werden. Comic-Anthologien vereinen Beiträge von zumeist (noch) unbekanntem Zeichner_innen wie etwa das von Teresa Pestana veröffentlichte *Gambuzine* (Portugal) oder die vom feministischen Comic-Kollektiv Dotterbolaget publizierten Zines *Chicks Eat Comics* und *Vald* (Schweden). Wenngleich die feministischen Zeichner_innen unterschiedliche Veröffentlichungsformate und Vertriebsstrukturen nutzen, heterogene Themen behandeln und das Wissen für die Comic-Produktion im DIY-Kontext und/oder

auf Kunstschulen¹¹ erlernen, teilen sie eine Gemeinsamkeit: Mit ihrer Kritik an gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftsverhältnissen wollen sie hierarchische Geschlechterverhältnisse aufbrechen und verändern.

4.1 Die Entwicklung und Inhalte feministischer, lesbischer und queer-feministischer Comics: ein kursorischer Überblick

Queer-feministische Comics reihen sich in die Geschichte feministischer und lesbischer Comics ein, deren Anfang auf die „Womyn’s Comix“ in den USA der frühen 1970er Jahre zurückgeht. Als „Underground Comics“ unterscheiden sich „Womyn’s Comix“ von den Publikationen des Mainstreams

¹⁰ Dieses Kapitel wurde von Rosa Reitsamer und Elke Zobl verfasst und stellt einen Auszug aus folgendem Beitrag dar: Reitsamer, Rosa/Zobl, Elke: Queer-feministische Comics. Produktive Interventionen im Kontext der Do-It-Yourself Kultur. In: Eder, Barbara/Klar, Elisabeth/Reichert, Ramon (Hg.): Theorien des Comics. Bielefeld: transcript, 2011, S. 365-382.

¹¹ Neben Comic-Publikationen im Kontext einer feministischen DIY-Kultur wird das Zeichnen von Comics in Deutschland und Österreich ab den 1990er Jahren zunehmend als künstlerische Praxis wahrgenommen (als Beispiel sei hier Linda Bilda mit ihrer Ausstellung im Kunstverein Salzburg (2009) genannt) und als eigenständige künstlerische Disziplin in die Curricula einzelner Kunsthochschulen (wie etwa der Wiener Kunsthochschule) aufgenommen.

hinsichtlich ihrer gesellschaftskritischen Inhalte, ihrer Ästhetik und Verbreitung über einschlägige Fanzine-Netzwerke, unabhängige Comic-Verlage und Buchhandlungen. Die unter dem Begriff „Womyn’s Comix“ subsumierten Publikationen verbinden in den 1970er Jahren die gegenkulturellen Elemente der Hippie- und Rock’n’Roll-Subkulturen mit der Aufbruchstimmung der zweiten Frauenbewegungen, wobei die Zeichnerinnen häufig autobiografische Elemente wie die Rebellion gegen ihre sexistischen Partner und Ehemänner, weibliche Sexualität und Abtreibung oder Gewalt-erfahrungen als thematische Schwerpunkte für ihre Illustrationen aufgreifen. Diese erste Generation feministischer Zeichnerinnen, zu denen u.a. Trina Robbins oder Roberta Gregory zählen, veröffentlicht ihre Comic-Strips in den damals neu gegründeten feministischen Magazinen und publiziert erste Bücher wie die Anthologien *Wimmin’s Comix* oder *Tits’n’Clits* (Robbins 1999: 79ff.). Viele dieser Publikationen werden von Kollektiven, teilweise mit rotierender Herausgeberinnenschaft, beim US-amerikanischen Comic-Verlag Nanny Goat Production mit dem Ziel veröffentlicht, die Männerdomäne der Comic-Szene aufzubrechen

und die feministischen Zusammenschlüsse mit interessierten Zeichnerinnen zu erweitern.

In Österreich und Deutschland nutzen Zeichnerinnen ab den 1970er Jahren feministische Medien für die Veröffentlichung ihrer Comic-Strips und erkämpfen in etablierten Zeitungen die Comic-Seiten für ihre Illustrationen und Karikaturen. Bis Mitte der 1970er Jahre bleibt die Französin Claire Bretécher jedoch eine der seltenen Frauen in der von männlichen Illustratoren dominierten Comicszene. Sie zeichnet für belgische und französische Comic-Magazine und nimmt mit ihrer bis in die 1980er Jahre veröffentlichten Serie *La Pages des Frustrés* im *Nouvel Observateur* die Generation der linken Aktivist_innen kritisch in den Fokus. In Deutschland macht sich Marie Marcks mit ihren Karikaturen u.a. für die *Süddeutsche Zeitung*, *Die Zeit* oder den *Spiegel* einen Namen. In der Frauenbewegung kann sie – im Unterschied zu Franziska Becker, deren Zeichnungen und Karikaturen ab 1976 regelmäßig in der Zeitschrift *Emma* erscheinen – nicht Fuß fassen. (Kopf 2009: 139) In Österreich publiziert Gabi Szekatsch ihre ersten Comic-Strips in der 1983 gegründeten feministischen Monatszeitschrift

an.schläge, mit denen sie Events der Wiener Frauenbewegung wie Demonstrationen, Ausstellungen und Partys festhält.

Eine erste Ausdifferenzierung der „Womyn’s Comix“, deren Blütezeit sich in den USA bis Ende der 1980er Jahre erstreckt, leitet die erstmals 1980 publizierte „Gay Comics“ Anthologie mit lesbischen und schwulen Zeichner_innen ein, unter denen sich die Zeichnerin Alison Bechdel mit ihrem erfolgreichen Comic *Dykes to Watch Out For* findet. In Deutschland und Österreich erzielen in den 1980er und 1990er Jahren die von der Schwulen-Bewegung inspirierten Comics von Ralf König (*Der bewegte Mann*) großen Erfolg. Erste lesbische Comics-Publikationen, wie *Ausgezeichnet! Lesbian Comics* von Katrin Kremmler, Regina Schuch und Eva Wagendristel (1993), *Heikes Läspencomics* von Heike Anacker ab 1994 und Comics von Ilse Kilic ab 1996 in unregelmäßigen Abständen publiziert, werden bei Verlagen oder im Comic-Zines-Format in kleinen Auflagen veröffentlicht und über Fanzine-Netzwerke vertrieben. Gegen Ende der 1990er Jahre erschienen zudem deutsche Übersetzungen der Comic-Bücher von Julie Doucet und Alison Bechdel.

Ab Mitte der 1990er Jahre setzt eine zweite Ausdifferenzierung der „Womyn’s Comix“ mit den „Girls Comics“ und den queer-feministischen Comics sowie der Rezeption des japanischen Manga-Comics „Sailor Moon“ im deutschsprachigen Raum ein, die eine Pluralisierung der Inhalte und einen Zuwachs weiblicher Zeichnerinnen nach sich zieht. „Girls Comics“ tragen das Wort „Girl“, wie die Publikationen *Real Girl* von Angela Bocage, die *Action Girl* Anthologien von Sara Dyer, *Deep Girl* von Ariel Bordeaux oder *Rude Girls* von Jennifer Camper illustrieren, im Titel. Ihr Aufkommen, ihre Verbreitung und Ästhetik stehen, wie die „Womyn’s Comics“, im unmittelbaren Zusammenhang mit der Frauenbewegung, die mit der Formierung der Riot-Grrrl-Bewegung zu Beginn der 1990er Jahre einen „neuen“ bzw. „Third Wave“-Feminismus für eine jüngere Generation von Frauen mit einer produktiven Aneignung und feministischen Umdeutung des Begriffs „Girl“ einleitet. Trotz, lautstark und emanzipiert erobern die Grrrls ihren Platz in den Post-Punk-Szenen und geben der Frauenbewegung mit ihrem Slogan „Revolution Grrrl Style Now“ einen neuen aktivistischen Input. Riot Grrrl mit seinem Do-It-Yourself-Ethos motiviert alsbald Hunderte von jungen Frau-

en in den USA und Europa, eine Band zu gründen und/oder Fanzines zu produzieren. Dieses politisch-feministische Selbstverständnis der „Grassroots“-Aktivistinnen spiegelt sich auch in den heterogenen Inhalten der „Girls Comics“ und den zahlreichen queer-feministischen Comics wider. Durch die Rezeption queerer Theorien stehen diese Comics in Abgrenzung zur Tradition der „Womyn’s Comix“ mit ihrer frauenzentrierten Repräsentationspolitik, zugleich greifen die Comics-Zeichnerinnen das Motto der zweiten Frauenbewegung „Das Private ist politisch“ auf und setzen weibliche, lesbische und queere Lebensrealitäten, Frauengeschichte, Gewalt gegen Frauen und Selbstverteidigung erneut auf ihre Agenda. Die Dokumentation frauenbewegter und queerer Ereignisse und ihre Verortung in einer feministischen DIY-Kultur dienen den Zeichnerinnen häufig als Aufhänger für ihre Comic-Zines und (Einzel-)Illustrationen. Beispiele für Comic-Zines sind u.a. *Radix* (Nina Nijsten, Belgien), *It’s raining dykes* (lola gouine, Frankreich/Kanada), *Morgenmuffel* (Isy Morgenmuffel, England), *Girlfrenzy* (Erica Smith, England), *Doris* (Cindy Gretchen Ovenrack Crabb, USA), *Invincible Summer* (Nicole J. Georges, USA), *Pretto und Fetto* (Karolina Bäng,

Schweden), *Trouble X* (Trouble X / Deutschland), *MiniComics* (AnnaHeger, Deutschland), *The Ethical Sloth* (Kollektiv, Deutschland), *The YESYES!zine* (Kollektiv, Deutschland/international) sowie Comics des Dotterbolaget Comics Collective (Schweden). Die Schwedin Karolina Bang illustriert beispielsweise mit ihrem einseitigen Comic *Queer Nation* die Entstehung der queeren Bewegung zu Beginn der 1990er Jahre; die in Großbritannien lebende Isy definiert ihre Publikation *Morgenmuffel* als autobiografisches Comic-Zine und nutzt sie für die Dokumentation ihres feministischen Aktivismus.

4.2 Produktionskontext und Verbreitung

Die Distribution der Comics erfolgt primär über dezentrale Netzwerke queer-feministischer Szenen und alternative Buch-Läden, Musikfestivals, Ausstellungen, Workshops, Online-Distros, Mailing-listen oder Messageboards. Diese DIY-Netzwerke legen auf veränderte, prozesshafte soziale Beziehungen und Kommunikationsprozesse hinsichtlich etablierter Standards der Professionalisierung, der Kompetenzaneignung und des intellektuellen Eigentums (anti-copyright) (Atton 2002: 27ff.) Wert. Entspre-

chend dieser Medienökonomie verbreiten Ka Schmitz und die/der Zeichner_in der Trouble-X-Comics ihre Comics zum Selbstkostenpreis oder gar kostenlos:

Ich will die Comics umsonst rausgeben und sie nicht verkaufen. Dadurch können sie auch Leute haben, die es sich nicht leisten können, ein Comic zu kaufen. Deswegen mache ich das auch. Ich will, dass meine Comics gelesen werden und ich finde, dass das schon eine Art von queerem Handeln ist. Dadurch, dass ich die Comix auch im Internet veröffentliche, mache ich sie auch zugänglich für andere. [...] Es ist sehr viel Vernetzung. Ich habe den Austausch mit anderen Leuten und kriege von den anderen Leuten auch mehr mit. Es ist nicht so, dass ich nur Inhalte hingebe, sondern ich kriege auch Inhalte.

Zeichner_in der *Trouble X Comics*

Der kostenlosen Verbreitung der Comics über einschlägige On- und Offline-Netzwerke liegt das Selbstverständnis der DIY-Kultur zugrunde, die sich durch „Selbstermächtigung, Selbstorganisation, Improvisation und Eigeninitiative“ (Calmbach 2007: 17) charakterisiert. Folglich versuchen queer-feministische Comics-Produzent_innen die Grenzen zwischen

Konsument_innen und Produzent_innen etwa durch die aktive Einbindung der Comics-Leser_innen aufzubrechen, Eigeninitiative mit „How-to-do“-Anleitungen zu unterstützen und Wissen abseits von traditionellen (Aus-)Bildungsinstitutionen bei selbstorganisierten Workshops weiterzugeben. So legt die/der Zeichner_in der Trouble-X-Comics den Zines eine lose Seite mit gezeichneten Figuren und leeren Sprechblasen mit der Aufforderung „jetzt liegt es an euch...“ bei. Die Leser_innen werden aufgefordert, Texte in die Sprechblasen einzufügen und die Comics an die/den Zeichner_in zu retournieren.

Im Kontext der DIY-Kultur wird das Zeichnen queer-feministischer Comics durch die Verbindung feministischer Selbstermächtigungsstrategien mit linker Kapitalismuskritik zu einer „produktiven Intervention“ in gesellschaftliche Machtverhältnisse. Die/der Zeichner_in strebt demnach auch keine Perfektion für ihre/seine Comics an. Perfektion existiert nicht, weder für das Zeichnen der Comics, noch für andere kulturelle Produktionen der DIY-Kultur. Im Mittelpunkt stehen emanzipatorische Bottom-Up-Prozesse durch „Learning by Doing“ und „Skill Sharing“, die etablierte Maßstäbe und Richtlinien für „perfekte“ Zeichnungen aushebeln, dekonstruieren und sich über diese hinwegsetzen.

CHARAKTERISTIKA QUEER-FEMINISTISCHER COMICS

- * Heterogene Themensetzung: autobiografisch, Widerstand gegen und Kritik an Sexismus/Rassismus/Homophobie etc., Auseinandersetzung mit Sexualität, weibliche/lesbische/queere Lebensrealitäten, Gewalt, queer-feministischer Aktivismus, Geschichte der Frauen- und Queerbewegungen/Herstory
- * Kritik an gesellschaftlichen Macht- und Herrschaftsverhältnissen, hierarchische Geschlechterverhältnisse aufbrechen und verändern, stereotypen Darstellungen entgegenarbeiten
- * Unterschiedliche Veröffentlichungsformate und Vertriebswege: Zine-Netzwerke, feministische Magazine, Anthologien, queerfeministische DIY-Kultur (Musikfestivals, Ladyfeste, Zinefeste/Comicfestivals, etc.), Ausstellungen, unabhängige Comic-Verlage und alternative Buchhandlungen, Internet
- * Entwicklung der Womyn's Comix sowie feministisch-lesbischen Comicszenen in den 1960er/70er Jahren; weitere Ausdifferenzierung in den 1990ern: Girls Comics, queer-feministische Comics
- * Versuch männlich dominierte Comic- und Karikaturszene aufzubrechen
- * Verortung in der queer-feministischen DIY-Kultur
- * Aber auch zunehmende Wahrnehmung im künstlerischen Kontext (Ausstellungen, etc.)
- * Alternative Medienökonomie: copyleft, Anti-Copyright, Creative Commons; Vertrieb zum Selbstkostenpreis oder kostenlos
- * Zurückweisung kommerzieller Verwertbarkeit, stattdessen Fokus auf Vernetzung und direkten Austausch mit der Community und Leser_innenschaft über On- und Offline-Netzwerke
- * Aufbrechen der Grenze zwischen Produzent_in und Konsument_in
- * Wissensvermittlung und -aneignung abseits etablierter Bildungsinstitutionen oder Kunsthochschulen: Learning by Doing, Skill Sharing z.B. in selbstorganisierten Workshops
- * Zurückweisung von Konzepten wie Professionalität oder Perfektion, stattdessen Fokus auf queer-feministische Selbstermächtigung, Kapitalismuskritik, emanzipatorische Bottom-Up-Prozesse



5. RADICAL CRAFTING ODER CRAFTIVISM ¹¹

Craftivism = activism + craft
It's about the not-so-radical notion that activists
can be crafters, and crafters can be activists.

Betsy Greer, *Craftivism.com*

5.1. Die Entwicklung des Radical Crafting oder Craftivism

Handarbeit? Ja, genau – Crafting. Was früher als Zwangsbeglückung zur verordneten Weiblichkeit qua Handarbeitsunterricht verpönt war, erfährt jetzt eine neue Karriere als **feministisch-sozialkritische Kreativität** unter Berufung auf marginalisierte weibliche Traditionen. In den USA nahm schon vor einigen Jahren – unter deutlich aktivistischen Namen wie „Radical Crafting“ oder „Craftivism“ (zusammengesetzt aus „crafting“ und „activism“) –

¹² Dieses Kapitel wurde von Sonja Eismann und Elke Zobl verfasst und ist eine gekürzte Fassung der Einleitung zum Kapitel „Radical Crafting, DIY-Aktivismus & Gender-Politiken“ in dem Buch *Craftista! Handarbeit als Aktivismus* (Ventil Verlag, 2011). Wir danken Rosa Reitsamer für ihre wertvollen Hinweise und Kommentare.

eine Bewegung ihren Anfang, die jene Form der künstlerischen Tätigkeit aufwertet, die bis dato als nicht diskursfähig stigmatisiert war: Die kreative Handarbeit, oder, englisch, Crafting. Junge Frauen sowie auch einige Männer (die Regisseurin des Dokumentarfilms *Handmade Nation* (2009), Faythe Levine, geht von einem Geschlechterverhältnis von 95 zu 5 Prozent aus, vgl. Levine/Heimerl 2008), die aus feministischen, aktivistischen bis akademischen Zusammenhängen stammen, entdecken diese Form der Eigenproduktion für sich als Strategie des Protestes und des Community-Building. Das Spektrum dieser Praktiken kann dabei von Michaela Meliáns intellektualisiertem Einsatz von Nähetechniken und Patricia Wallers ironischen Häkelarbeiten in etablierten Kunstkontexten über die Organisation von großen „Craft Fairs“ (alternative Handarbeitsmessen) und Protestveranstaltungen wie öffentlichen „Knit-Ins“ bis hin zu Bastelanleitungen von unbekanntem User_innen in unzähligen

Crafting Blogs reichen. Nachdem die neue Handarbeits-Welle zunächst ein dezidiert nordamerikanisches Phänomen war, ist diese mittlerweile auch im deutschsprachigen Raum angekommen: So gibt es in verschiedenen Städten Nähcafés (wie in Innsbruck oder *Craftistas Wien*), in denen Nähmaschinenbenutzung gegen ein geringes Entgelt und öffentliche Handarbeitskurse angeboten werden, oder auch Strick-Picknicks und Strick-Tagen (z.B. am World Wide Knit in Public Day).

5.2. Produktionskontext und DIY-Aktivismus

Während die Mütter bzw. Großmütter dieser „Craftivistas“ noch aus ökonomischen und gesellschaftlichen Gründen gezwungen waren, sich mit Handarbeiten zu beschäftigen, sind diese Zwänge in hochindustrialisierten westlichen Ländern längst nicht mehr gegeben. Im Gegenteil: Die Eigenproduktion von Kleidungsstücken oder Accessoires ist im Zeitalter globalisierter Massenproduktion, in dem ihre Herstellung in Sweatshops in Länder des Südens und postkommunistische Staaten ausgelagert wird, fast immer teurer, als die Produkte beim Diskonter fertig von der Stange zu kaufen. Seriell produzierte,

von den Kund_innen stark nachgefragte Textil-Waren sind heute viel billiger als schwach nachgefragte Artikel wie selbst zu verarbeitende Wolle oder Stoffe. Auf diesen Umstand machen Crafting-Akteur_innen auch immer wieder mit Strategien wie Recycling oder vielmehr Upcycling, also der „Veredelung“ von Weggeworfenem, aufmerksam. Ein Großteil des Wissens, das früher matrilinear, also von Mutter zu Tochter, tradiert wurde, ist im Kontext postfordistischer Konsumgesellschaften, in denen wenig bis kein Bedarf an individuellen handarbeiterischen Fähigkeiten besteht, da alles günstig und „fertig“ gekauft werden kann, ausgehöhlt worden. Einzig die abwertende Wahrnehmung dieser klassisch weiblichen Tätigkeiten bleibt mit Assoziationen von „verzopften Strickliesln“ oder maximal gelungenem „Kunsthandwerk“ bestehen. Diesen negativen Assoziationen und Abwertungen wollen Aktivist_innen entgegen wirken. In Übereinstimmung mit der politischen Ideologie des **Third-Wave-Feminismus** (vgl. u.a. Heywood 2006; Baumgardner und Richards 2000; Walker 2006 [1992]), im deutschsprachigen Raum manchmal „**Popfeminismus**“ genannt (Eismann 2007), die sich für eine Dekonstruktion dieser geschlech-

terspezifischen Abwertungen stark macht, laden diese Frauen jene neue, weiblich geprägten Do-It-Yourself-Kultur mit „Coolness“ auf und reklamieren diese vehement für sich. In diesem Zusammenhang wird der Schwerpunkt darauf gesetzt, selbst aktiv und produktiv zu sein, um sich ideologisch und materiell weitgehend unabhängig von einer kapitalistischen Waren- und Kulturindustrie zu machen: „Bei DIY geht es darum, kulturelle Objekte möglichst unabhängig von kommerziellen Strukturen zu schaffen [...]. Selbstermächtigung, Selbstorganisation, Improvisation und Eigeninitiative sind die Schlüsselbegriffe, mit denen sich das DIY-Selbstverständnis charakterisieren lässt.“ (Calmbach 2007: 17) Während der Slogan des „Do-It-Yourself“ und die damit verbundene gegenkulturelle, antiautoritäre Selbstermächtigung in der Punk-Bewegung zentral war, liegen die Ursprünge der DIY-Kultur als bewusst alternative, subkulturelle und antikommerzielle Philosophie weiter zurück, nämlich bei verschiedenen linken und Avantgarde-Kunst-Bewegungen in den 1950er und 60er Jahren (Marcus 1989). Amy Spencer, Autorin des Buches *DIY. The Rise of Lo-Fi Culture* (2005), geht davon aus, dass die Crafting-Community heute zu weiten

Teilen aus der radikalen Riot-Grrrl-Bewegung Anfang und Mitte der 1990er Jahre, die als feministisches Rereading der „klassischen“ Punkbewegung verstanden werden kann, hervorgegangen sei bzw. nach deren Abklingen deren Platz einnehme: For those women who grew up with the early riot grrrl movement ten years ago, instead of leaving the DIY network they have instead begun to develop a new direction for their energies. This new craft network can be seen as a new phase in DIY culture, one where those involved in earlier DIY movements can express themselves and build new communities as they grow up. Spencer 2005: 67

Diese spezifische Ausformung einer feministischen DIY-Subkultur zielt auf die Etablierung von Unabhängigkeit und einer alternativen Ökonomie. Viele Feministinnen der Crafting-Bewegung lehnen kommerzielle Güter ab und bevorzugen alternativ produzierte, speziell solche, die von Frauen und gemeinsam – im Sinne eines Do-it-Together (DIT) – produziert werden. Dazu die Münchener Designerin Stephanie Müller (*rag*treasure*):

Ich sehe DIY als Denkansatz, der sich eindeutig als aktionistisch und emanzipatorisch im Sinne eines LoslöSENS von starren Prinzipien versteht. Richtig interessant wird D.I.Y. für mich erst dann, wenn es zu einem Do-it-Together wird und sich nicht auf den eigenen Mikrokosmos beschränkt. Wenn man beispielsweise gemeinsame Aktionen mit anderen KünstlerInnen durchführt, Netzwerke weiterstrickt, die Grenzen zwischen ProduzentIn und KonsumentIn aufbricht und bei einer Modeperformance oder Nähaktion auch das Publikum miteinbindet. Müller in der thematischen Ausgabe „Feminist Chic. F-Wear: Feminismus macht Mode“ von an.schläge, 2010: 18-19

Für Müller geht es darum, Projekte ohne die Voraussetzung einer professionellen Ausbildung „zu einem offenen Experimentierfeld“ für sich und das Publikum zu machen und die eigene Stimme zu nutzen, „um Einsatzbereitschaft für sich selbst und die Belange anderer zu zeigen.“ (Müller 2010: 19)

5.3. Beweggründe und Herausforderungen

Manche Craftistas begreifen den Akt des Crafting als bewussten **Akt des Protestes**: Die meisten dieser Frauen arbeiten nicht isoliert im „trauten Heim“ vor sich hin, sondern schließen sich in *Stitch’n’Bitch* oder ähnlich ironisch benannten Gruppen zusammen, um eine größere Vernetzung und höhere Sichtbarkeit zu erreichen. Für viele Crafters ist ihre Tätigkeit auch ein **klar politisches Statement**, das in Gruppierungen wie *Knitters Against Bush* (USA), *Queer Knitters* (USA), *Revolutionären Nähkränzchen* (Österreich), *Radical Cross Stitch* oder *Craftivist Collective*, die in Melbourne und London öffentliche Räume mit ungewöhnlichen Stickaktionen einnehmen, am sichtbarsten hervortritt. Handarbeit wird nicht als individualistisches, dekoratives Hobby verstanden, sondern als **Vernetzungstool**, mit dem auf ungewöhnliche Weise (sozial-)politische Anliegen vokalisiert und öffentlich verhandelt werden. Das politische Engagement tritt einerseits durch signalhafte, plakative Namensgebungen hervor, andererseits durch das Einnehmen von öffentlichem Raum mit Guerilla-Aktionen wie der Bestückung von Bauzäunen mit Slogans, mit denen die

australische Gruppe *Radical Cross Stitch* auf die zunehmende Besitznahme öffentlichen Raums unter kommerzielle, unternehmerische Privatinteressen hinweist. Das Londoner *Craftivist Collective* streut mit Stickbannern, die in Shopping-Zonen platziert werden und die Passant_innen mit suggestiven Fragen wie „Who pays for your privilege?“ anhalten, ihr Konsumverhalten zu hinterfragen, ebenso bewusst produktive Verwirrung im öffentlichen Raum.

Neben diesen dezidiert politischen Statements ist Crafting auch **als Abkehr von einer massenproduzierenden Wegwerfgesellschaft** zu verstehen, indem durch die selbst hergestellten Unikate Individualität zum Ausdruck gebracht wird und Materialien recyclet werden. Diese Strategie liegt den Arbeiten von Stephanie Müller (*rag*treasure*) zugrunde, die z.B. aus gebrauchten Gitarrensaiten und Industriematerialien extravagante Kleidungsstücke zusammenheftet (Müller 2007). Müller verwehrt sich mit ihren Projekten, wie viele der Radical Crafting-Aktivist_innen, gegen Sweatshop-Arbeit und „Sizism“, die Diskriminierung von Menschen aufgrund ihrer Körpermaße. Die von ihr entworfenen Klei-

dungsstücke brechen aus dem normierenden Schema der Konfektionsgrößen aus. Bei der Analyse der Selbstdefinitionen von Crafting-Aktivist_innen, die sich auf ihren Websites und in Interview-Aussagen finden, lassen sich verschiedene Beweggründe für eine Umsetzung von Radical-Crafting-Strategien identifizieren: Eine der zentralen Motivationen der Craftistas ist die **Kapitalismuskritik**. Mit ihrer Eigenproduktion von Gütern (Kleidungsstücken, Gebrauchsgegenständen, Schmuck etc.) reagieren sie auf die Omnipräsenz von Konsumkultur und Warenüberfluss, kritisieren Markenfetischismus und die Überteuerung von Luxusgütern und schlagen Crafting als eine Gegenstrategie zur ausbeuterischen, menschenverachtenden Herstellung von Gütern in Sweatshops vor. Ihre zweite Motivation findet sich in der für DIY-Kulturen charakteristischen **aktivistischen Komponente**. Sie manifestiert sich als explizites politisches Statement in öffentlichen Aktionen wie Stitch-Ins, gestickten Slogans auf Protestbannern, Guerrilla-Taktiken zur Einnahme öffentlichen Raums oder in ganz konkreten Hilfeleistungen wie im Stricken von Pullovern für Obdachlose oder im Fundraising für feministische und/oder karitative Projekte

durch den Verkauf von selbst hergestellten Produkten. Der niederschwellige „Grassroots-“ und „Community“-Gedanke durch die Organisation von Stitch-and-Bitch-Gruppen ist wie bei allen DIY-Gemeinschaften essentiell. Es handelt sich dabei um eine demokratische, nicht-hierarchische und allen offen stehende Kunstform, da künstlerische Expertise wenig bis keine Bedeutung hat. Hier kommt auch bereits die nächste – explizit feministische – Motivation ins Spiel, nämlich die Möglichkeit für die Akteur_innen, einen individuellen künstlerischen Ausdruck unter Reklamation stigmatisierter (vermeintlich stereotyp „weiblicher“ und damit „trivialer“) Tätigkeiten damit zu revalorisieren und eine weibliche Genealogie zu den Vorgängerinnen von handarbeitenden Frauen in der Geschichte herzustellen.

Diese drei Impulse stehen aber auch **in einem kritischen Spannungsverhältnis aus radikaler Selbstorganisation und neoliberaler Selbstverwertung bzw. -ausbeutung**, das problematisiert werden muss: Die Ideen dieser DIY-Kultur werden von der Wirtschaft im Zusammenhang mit einer neoliberalen Verwertungslogik und neoliberalen Arbeitsverhältnissen aufgegriffen und kooptiert.

Crafting wird neben der positiv besetzten Neudefinition von Handarbeit, wie der Dokumentarfilm *Handmade Nation* von Faythe Levine eindrücklich zeigt, immer mehr auch **als Form ökonomischer Eigeninitiative** wahrgenommen. Bei dieser kleinunternehmerischen Gründungsidee geht es darum, möglichst selbstbestimmt „schöne“ Produkte an den Mann oder die Frau zu bringen. Diese sind jedoch von **prekären Arbeitsbedingungen und Unsicherheiten** geprägt. Zeit für Widerstand gegen das kapitalistische System bleibt meist wenig. Das Anknüpfen einer selbstausbeuterischen Nischenökonomie von Selbstmacher_innen, die so in Deutschland z.B. dem Hartz-IV-Stigma zu entgehen meinen, ist durch Veröffentlichungen wie *Marke Eigenbau. Der Aufstand der Massen gegen die Massenproduktion* von Holm Friebe und Thomas Ramge (2008) sowie durch das 2006 gegründete deutsche Pendant zur amerikanischen Selberrmachtplattform *Etsy.com*, *dawanda.com*, dem „Marktplatz für Einzigartiges“, der selbst gemachte „Products with Love“ verkauft (die zumeist von Frauen mühevoll hergestellt und zu einem in keinem Verhältnis zum Aufwand stehenden Preis verkauft werden), bereits voll im Gange.

Auch der **Individualismus**, der gerne als Antrieb genannt wird, um selbst Handgemachtes zu schaffen, muss problematisiert werden: Als Ventil für fehlende Kreativität in einem Alltag, der durch die Überflutung mit allzeit verfügbaren, massenproduzierten Produkten gekennzeichnet ist, wird die Eigenproduktion zu einer Demonstration von Einzigartigkeit, von „one of a kind“-Stücken. Das Begehren an ihnen durchbricht wiederum nicht den Fetischcharakter der Ware im Kapitalismus, der ja eigentlich kritisiert werden sollte. Des Weiteren ist die Herstellung von eigenen Kreationen, wie schon weiter oben erwähnt, heute nur noch jenen vorbehalten, die entweder genug Zeit haben, (alte) Materialien zu sammeln oder aus Mülleimern zu ziehen – auf Englisch als Aktivität vielfältig unter den Begriffen Scavenging, Foraging, Dumpster Diving bekannt – und in vielen Stunden mühevoller Handarbeit neu zusammensetzen, oder jenen, die über ausreichende finanzielle Mittel verfügen, um in den relativ teuren Läden für Handarbeitszubehör Wolle, Filz, Stoff o.ä. zu kaufen. Die letzte kritisch zu hinterfragende Motivation, die als Argument für Crafting-Aktivitäten ins Feld geführt wird, ist die der **Selbstverwirklichung** –

Erfüllung durch Alltagskreativität ohne formelle künstlerische Ausbildung. Dabei kommt stabilisierenden bis meditativen Elementen häufig eine herausragende Rolle zu, wenn es im amerikanischen Volksmund z.B. bereits Sprüche gibt wie „Knitting is the new yoga“. Auch von einem Cocooning, einem Rückzug in die häusliche Sphäre, war im Zusammenhang mit einem vermeintlichen Anstieg der Bastel-Begeisterung nach dem 11. September 2001, schon die Rede. So verfasste die US-amerikanische Crafting-Spezialistin Jean Railla für ihr Buch *Get Crafty. Hip Home Ec* (2004) ein flammendes Plädoyer für eine neue Häuslichkeit: *Get Crafty is a manifesto for what I call the New Domesticity, a movement committed to recognizing, exalting and most of all enjoying the culture that women have built for millennia. In these pages, you'll find a lot of tips and ideas to help you domesticate, but only from the vantage-point of creating a more meaningful life. Ironically, my experience is the exact opposite of those women Betty Friedan wrote about in The Feminine Mystique. For me, embracing domesticity and women's work has freed me from a feeling that life is meaningless. Best of all, I now have simple ways to give myself and others the gift of living well.*

Mit einer Querverbindung zu Betty Friedan, der Vordenkerin einer feministischen Befreiung aus der erdrückenden Enge der häuslichen Sphäre (Friedan 1963), bewerkstelligt Railla hier eine kuriose Umkehrung: nicht die Befreiung von Häuslichkeit qua Geschlecht ist der emanzipatorische Akt, sondern ihre Umarmung in einer von einer „männlichen Überlegenheitskultur“ bestimmten Welt. Wenn auch dieser Rückzug ins Häusliche, der aber, trotz des Plädoyers von Railla, letztlich eher eine Medienkonstruktion zu sein scheint, klar kritisch zu bewerten wäre, so ist die in radikal-bohemistischen Kreisen traditionell übel beleumdete, „bourgeoise“ Selbstverwirklichung zwar nicht unbedingt als emanzipatorisch, aber dennoch vorsichtig im Sinne eines kreativen „Empowerments“ abseits etablierter Institutionen zu bewerten.

5.4. Bedeutung und Zusammenfassung

Was bleibt also vom feministischen Potenzial dieser Rückbesinnung auf weibliche Tätigkeiten und deren Neubewertung? In jedem Fall ein ambivalentes Bild. Der Gedanke der Sichtbar-Machung einer im Malestream verschütteten weiblichen Genealogie, der in der Frauenbewegung eine wichtige

re Rolle spielt als je zuvor, beinhaltet in jedem Fall ein ermächtigendes Moment. Wie auch die Beobachtung, dass stereotyp als „weiblich“ bewertete Handarbeiten per se einer Abwertung ausgesetzt sind, was mit dieser „Reklamation“ der Tätigkeiten reversiert werden soll. So wird jetzt bewusst der Kontakt zur Community, zu einem – nicht immer, aber oft politischen – öffentlichen Außen gesucht: Strickzirkel, Näh-Sit-Ins, öffentliche Aktionen, Performances. Handarbeiten sind kein patriarchal verordneter Einschluss-Faktor in die eigenen vier Wände mehr, sondern sie sind ein Werkzeug, mit dem Gemeinschaft und Öffentlichkeit erzeugt werden kann und soll.

Die politischen Aktionen wie Besetzungen des öffentlichen Raums, Bannering und Sloganeering, die mit Handarbeiten ausgeübt werden, sind eine – gar nicht so neue – Form von Protest, die nicht unbedingt viel mit dem perfekten Beherrschen von Techniken, sondern viel eher mit einem allgemeinen Do-It-Yourself-Spirit zu tun hat. Wo aber das Erzeugen von Häkelarmbändern mit Totenkopf-Motiven schon als „Revolutionary Crocheting“ gelabelt wird, muss man eher von einer inhaltsentleerten Oberflächenrhetorik des „Radical Chic“ sprechen.

Eine Leerstelle gibt es freilich noch: das Thema des Internationalismus. Auch wenn es global bereits ähnliche Anstrengungen gibt, ist Crafting nach wie vor ein westliches Wohlstands-Phänomen, das vor allem von weißen, gebildeten, jungen Frauen der Mittelklasse ausgeübt wird. Den Bewohner_innen nicht-westlicher Länder fehlt einerseits sicherlich die „Muße“ und Zeit zur Wiederentdeckung dieser Traditionen, bzw. stellen sie außerhalb des Westens tatsächlich noch substanziell ökonomische Notwendigkeiten dar.

Und ganz zuletzt muss noch die Frage nach der Rolle der Männer gestellt werden: Ja, es gibt sie, die männlichen Stricker und Näher und Häkler, aber in viel geringerer Zahl als die weiblichen Crafting-Begeisterten. Und müssten die Freuden der emanzipatorischen, niederschweligen und politisch radikal einsetzbaren Kreativität jenseits von traditionellen Gender-Zuschreibungen nicht auch für Männer interessant sein? Wir denken schon.

CHARAKTERISTIKA VON RADICAL CRAFTING/CRAFTIVISM

- * Craftivism = crafting + activism
- * Wiederaneignung einst marginalisierter, (vermeintlich) „weiblicher“ Kulturtechniken und Traditionen, Sichtbarmachung weiblicher Genealogien. Dekonstruktion geschlechtsspezifischer Abwertung dieser Handarbeitstechniken
- * Umdeutung dieser zu feministischen, sozialkritischen, aktivistischen Praxen und Entwicklung neuer Strategien des Protests, Stärkung von Eigeninitiativen/Selbstermächtigung, Community Building, politisches Engagement, Vernetzung, aktivistische Aktionen, Wiederaneignung öffentlichen Raumes, Kapitalismuskritik
- * „Neue Handarbeitswelle“: Craft Fairs, KnitIns, Knit in Public, Nähcafés, Stitch’n’Bitch Gruppen, Crafting Blogs, Online Communities
- * Kritische Befragung und Zurückweisung von globalisierter Massenproduktion und Wegwerfgesellschaft, kapitalistischer Waren- und Kulturindustrie, Konsumverhalten, Sizism
- * Zurückweisung künstlerischer Expertise, stattdessen Fokus auf Experiment, Learning by Doing, Skill Sharing, Do It Together, Selbstermächtigung/Selbstorganisation, Improvisation, Recycling, Upcycling,
- * Unabhängigkeit von kommerziellen Strukturen; Aufbau von alternativen Ökonomien
- * Allerdings auch: neoliberale Individualismus/Selbstverwirklichungs-Doktrin, Cocooning und New Domesticity, kleinunternehmerische Eigeninitiativen, neoliberale Selbstverwertung/ausbeutung, Prekarisierung; Crafting als westliches Wohlstandsphänomen, das durchaus großer finanzieller wie zeitlicher Ressourcen bedarf
- * Offene Frage: Rolle der Männer

LITERATURVERZEICHNIS

- Aapola, Sinikka/Gonick, Marina/Harris, Anita (2005): *Young Femininity. Girlhood, Power and Social Change*. New York: Palgrave Macmillan.
- an.schläge. *Das Feministische Magazin*. Thema: Feminist Chic: F-Wear: Feminismus macht Mode. Wien, 04/2010.
- Atton, Chris (2002): *Alternative Media*. London: Thousand Oaks, New Delhi: Sage
- Baldauf, Anette/Weingartner, Katharina (Hg.) (1998): *Lips. Tits. Hits. Power? Popkultur und Feminismus*. Wien/Bozen: Folio.
- Baumgardner, Jennifer and Richards, Amy (2000): *Third Wave Manifesta: A thirteen point agenda*. In: *ManifestA: Young Women, Feminism, and the Future*. New York: Farrar, Straus and Giroux, S. 278-281.
- Calmbach, Marc (2007): *More than Music. Einblicke in die Jugendkultur Hardcore*. Bielefeld: transcript.
- Duncombe, Stephen (1997): *Notes from underground: Zines and the politics of alternative culture*. Verso: London.
- Eismann, Sonja (2007) (Hg.). *Hot Topic. Popfeminismus heute*. Mainz: Ventil Verlag.
- Friedan, Betty (1963): *The Feminine Mystique*. Victor Gollancz: London.
- Hipfl, Brigitte (2004): *Mediale Identitätsräume. Skizzen zu einem ‚spatial turn‘ in der Medien- und Kommunikationswissenschaft*, in: Hipfl, Brigitte/Klaus, Elisabeth/Scheer, Uta (Hg.): *Identitätsräume: Nation, Körper und Geschlecht in den Medien. Eine Topographie*. Bielefeld: transcript, S. 16-50.
- Huber, Ute (2010): *My Motherfuckin‘ Space: Frauencomics, feministische Comics, Lesbencomics*. In: eLibrary Projekt (Hg.), eLib. <http://elib.at/> (Zugriff: 26.3.2010)
- Garofalo, Gitana/Rosenberg, Jessica: *Riot Grrrl. Revolutions from Within*. In: *Signs. Journal of Women in Culture and Society*, 3. Jg. 1998, Heft 23, S. 809.
- Gee, Paul (2004): *Situated language and learning. A critique of traditional schooling*. London: Routledge.
- Gottlieb Joanne/Wald, Gayle (1994): *Smells like Teen Spirit*. In: Eichhorn, Cornelia/Grimm, Sabine (Hg.): *Gender Killer. Texte zu Feminismus und Politik*. Berlin/Amsterdam: Id-Verlag. S. 167-189
- Jagose, Annamarie (2001): *Queer Theory. Eine Einführung*. Berlin: Querverlag
- Jenkins, Henry et al. (2006): *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, online unter <http://www.newmedialiteracies.org/wp-content/uploads/pdfs/NMLWhitePaper.pdf> (letzter Zugriff: 08.12.2012).
- Marcus, Greil. *Lipstick Traces (1989): A Secret History of the 20th Century*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Heywood, Leslie (2006) (Hg.): *The Women’s Movement Today. An Encyclopedia of Third-Wave Feminism*. Westport: Greenwood Press.
- Kainz, Barbara (2009) (Hg.): *Comic. Film. Helden. Heldenkonzepte und medienwissenschaftliche Analysen*. Wien: Löcker

- Kearney, Mary Celeste (1998). Producing Girls: Rethinking the Study of Female Youth Culture. In: Inness, Sherrin (Hg.): *Delinquents and Debutantes: Twentieth-Century Girls' Cultures*. New York and London: New York University Press, S. 285-310
- Kopf, Christine (2009): Marie und die Mangas. Auf der Suche nach der zeichnenden Frau: ein kleiner Abriss der Comic-Historie. In: *Feministische Studien*. 27. Jg., H. 1, S. 137-141.
- Kremmler, Katrin/Schuch, Regine/Wagendristel, Eva (1993): *Ausgezeichnet! Lesben-Comics*. Hohenfels: Ätna Verlag.
- Leonard, Marion (1997): „Rebel Girl, you are the Queen of my World.“ Feminism, „Subculture“ and Grrrl Power. In: Whiteley, Sheila (Hg.): *Sexing the Groove. Popular Music and Gender*. London/New York: Routledge.
- Levine, Faythe (2009): *Handmade Nation. The Rise of DIY, Art, Craft, and Design*. Dokumentarfilm, 65 Min., USA.
- Levine, Faythe/Cortney Heimerl (2008): *Handmade Nation. The Rise of DIY, Art, Craft, and Design*. New York: Princeton Architectural Press.
- McKay, George (2010): *Community Arts and Music, Community Media: Cultural Politics and Policy in Britain since the 1960s*. In: Howley, Kevin (Hg.): *Understanding Community Media*. Los Angeles/London: Sage, S. 41–52.
- Mooshammer, Bettina/Trimmel, Eva-Maria (2005): *Ladyspace. Feministische Raumpraktiken am Beispiel Ladyfest*. Diplomarbeit Technische Universität Wien.
- Mooshammer, Bettina/Trimmel, Eva-Maria (2008): *Lady Claim Your Space: Das Ladyfest als feministische Raumpraxis*. In: Oster, Martina/Ernst, Waltraud/Gerards, Marion (Hg.): *Performativität und Performance. Geschlecht in Musik, Theater und Medienkunst*. Berlin/Hamburg/Münster: LIT Verlag, S. 139-145.
- Müller, Stephanie (2007): *Putting the F-Word on the Fashion Map: Wenn Mode radikal wird*. In: Eismann, Sonja (Hg.): *Hot Topic*. Mainz: Ventil Verlag, S. 164-183.
- Müller, Stephanie (2010): *Let's do it together. Stephanie Müller aka rag*treasure im Interview mit Andrea Heinz*. an.schläge, H. 4. S. 18-19.
- Nguyen, Mimi (2000): *Ohne Titel*. In: *Punk Planet 40*. Online unter <http://threadandcircuits.wordpress.com/2010/03/28/58/> (letzter Zugriff: 08.12.2012).
- Pfadenhauer, Michaela (2011): *Lernort Techno-Szene. Über Kompetenzentwicklung in Jugendszenen*. In: Reitsamer, Rosa/Fichna, Wolfgang (Hg.): *„They Say, I'm Different...“*. Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen. Wien: Löcker, S. 195-207.
- Plesch, Tine (2011): *Rocking The Free World. Riot Grrrl und Ladyfeste; gekürzte Fassung eines unveröffentlichten Vortrags aus dem Jahr 2004*. In: *Riot Grrrl Revisited. Geschichte und Gegenwart einer feministischen Bewegung*. Mainz: Ventil Verlag, S. 133-136.
- Railla, Jean (2004): *Get Crafty. Hip Home Ec. New York: Broadway*.

- Reitsamer, Rosa (2013): Die Do-it-yourself-Karrieren der DJs. Über die Arbeit in elektronischen Musikszenen. Bielefeld: transcript.
- Reitsamer, Rosa/Zobl, Elke (2010): Youth Citizenship und politische Bildung am Beispiel der Ladyfeste, in: Magazin Erwachsenenbildung.at, 11, online unter: <http://www.erwachsenenbildung.at/magazin/10-11/meb10-11.pdf> (letzter Zugriff: 08.12.2012).
- Robbins, Trina (1999): From Girls to Grrrlz: A History of Women's Comics from Teens to Zines. San Francisco: Chronicle Books.
- Robbins, Trina (2001): The Great Women Cartoonists. New York: Watson-Guptill Publications.
- Sabin, Roger/Triggs, Teal (2002): Below Critical Radar: Fanzines and Alternative Comics from 1976 to now. Hove/UK: Slab-O-Concrete.
- Spencer, Amy (2005): DIY: The Rise of Lo-Fi Culture. London/New York: Marion Boyars.
- Spencer, Amy. "New Domesticity". The Crafter Culture Handbook. Online unter <http://www.marionboyars.co.uk/Amy%20Pages/Craft%20extract.html>
- Walker, Rebecca (2006): Becoming the Third Wave. In: Ms. Magazine. Ms. 39, 1992. Reprinted in: Heywood, Leslie (Hg.): The Women's Movement Today. An Encyclopedia of Third-Wave Feminism. Westport: Greenwood Press. S. 3-5.
- Zobl, Elke (1999): To do a magazine is one of our ways - to get what we want! Feministische Comic- und Artcore- (Maga-)Zines". In: Neumann, Jens (Hg.): Fanzines 2: Noch wissenschaftlichere Betrachtungen zum Medium der Subkulturen. Mainz: Ventil Verlag, S. 29-64.
- Zobl, Elke (2009): Cultural Production, Transnational Networking, and Critical Reflection in Feminist Zines. In: Signs. University of Chicago Press, 35. Jg., H. 1, S. 1-12.
- Zobl, Elke (2011a): Zehn Jahre Ladyfest. Rhizomatische Netzwerke einer lokalen, transnationalen und virtuellen queer-feministischen Szene, in: Reitsamer, Rosa/Fichna, Wolfgang (Hg.): „They Say, I'm Different...“. Populärmusik, Szenen und ihre Akteur_innen. Wien: Löcker, S. 208-227.
- Zobl, Elke (2011b). „A kind of punk rock 'teaching machine'“. Queer-feministische Zines im Kunstunterricht, in: Art Education Research, Jg. 2, Nr. 3, online unter: http://entrepreneurship.zhdk.ch/fileadmin/data/iae/documents/Zobl-A_kind_of_punk_rock_teaching_machine_2011.pdf (letzter Zugriff: 08.12.2012).
- Zobl, Elke (2012). Kommunikation und Lernen in partizipativen kulturellen und medialen Räumen. Medienimpulse: Beiträge zur Medienpädagogik. Ausgabe 4/2012. <http://www.medienimpulse.at/articles/view/487>

RESSOURCEN

- Anderson, Marisa (Hg.) (2008):** Rock 'n Roll Camp for Girls: How to Start a Band, Write Songs, Record an Album, and Rock Out! San Francisco: Chronicle Books
- Blatzheim, Meike/Wallis, Beatrice (Hg.) (2013):** Jetzt tu ich was. Von der Lust die Welt zu verändern. Weinheim: Beltz & Gelberg
- Block, Francesca Lia/Carlip, Hillary (1998):** Zine Scene. The Do It Yourself Guide to Zines. Los Angeles: Girl Press Inc
- Buszek, Maria Elena (Hg.) (2011):** Extra/Ordinary. Craft and Contemporary Art. Durham/London: Duke University Press
- Corbett, Sarah (2013):** A Little Book of Craftivism. London: Cicada
- Critical Crafting Circle (Hg.) (2011):** craftista! Handarbeit als Aktivismus. Mainz: Ventil Verlag
- Eismann, Sonja (Hg.) (2007):** Hot Topic. Popfeminismus heute. Mainz: Ventil Verlag
- Eismann, Sonja/Köver, Chris/Burger, Daniela (2013):** Glückwunsch du bist ein Mädchen! Eine Anleitung zum Klarkommen. Weinheim: Beltz & Gelberg
- Eismann, Sonja/Köver, Chris/Burger, Daniela (2013):** Mach's selbst: Do it Yourself für Mädchen. Weinheim: Beltz & Gelberg
- Greer, Betsy (2014):** Craftivism. The Art of Craft and Activism. Vancouver: Arsenal Pulp Press
- Kearny, Mary Celeste (2006):** Girls Make Media. New York: Taylor & Francis
- Korbik, Julia (2014):** Stand Up! Feminismus für Anfänger und Fortgeschrittene. Berlin: Rogner & Bernhard
- McCloud, Scott (2001 [1994]):** Comics richtig lesen. Die unsichtbare Kunst. Hamburg: Carlsen
- Monem, Nadine (Hg.) (2007):** Riot Grrrl. Revolution Girl Style Now! London: Black Dog Publishing
- Peglow, Katja (2013):** Riot Grrrl Revisited. Geschichte und Gegenwart einer feministischen Bewegung. Mainz: Ventil Verlag
- Piepmeyer, Alison (2009):** Girl Zines: Making Media, Doing Feminism. New York: NYU Press
- Schmidt, Imke/Schmitz, Ka (2010):** Ich sehe was, was du nicht siehst! Oder: wer sieht hier wen? Ein LIGHTfaden für Bildermacher_innen. Berlin: GenderKompetenzZentrum
- Smith, Keri (2013):** Das Guerillakunst-Kit. Igling: Edition Michael Fischer
- Todd, Mark/Watson, Esther Pearl (2006):** Whatcha Mean, What's A Zine? The Art of Making Zines and Mini-Comics. Boston: Graphia, 2006
- Wrekk, Alex (2006):** Stolen Sharpie Revolution. A DIY Zine Resource. Oakland: AK Press
- Zobl, Elke/Drüeke, Ricarda (Hg.) (2012):** Feminist Media. Participatory Spaces, Networks and Cultural Citizenship. Bielefeld: transcript

LINKS

Stand September 2015

123 Comics – Tipps & Tricks:
www.123comics.net/tips-tricks

Art Education Research #3/2011: Queer und DIY im
Kunstunterricht: <http://iae-journal.zhdk.ch/no-3/>

Craftivist Collective (UK): www.craftivist-collective.com
Different Needs (Anna/Deutschland): <http://differentneeds.blogspot.co.at/>

ECHO – DIY feminist zines + comix (Nina Nijsten/Belgien):
www.echopublishing.wordpress.com

Feminist Memory (Red Chidgey/UK): <https://feministmemory.wordpress.com/>

Flic Flac* Feministische Workshops für die Berufsschule,
trafo.K: www.trafo-k.at/projekte/flicflac-workshops/

Grassroots Feminism: Transnational archives, resources
and communities: www.grassrootsfeminism.net

Grrrl Zine Network: www.grrrlzines.net

Making Art, Making Media, Making Change!:
www.makingart.at

POC [People Of Color] Zine Project:
www.poczineproject.tumblr.com
Queer Zine Archive Project: www.qzap.org

Radical Cross Stitch (Rayna Fahey/Australien):
www.radicalcrossstitch.com

Stolen Sharpie Revolution. A DIY Resource for Zines and Zine
Culture: www.stolensharpierrevolution.org

The Feminist Poster Project:
www.feministposterproject.wordpress.com

We make Zines! www.wemakezines.ning.com

Words & Wires (Kurzfilm von Nina Nijsten/Belgien):
www.youtube.com/watch?v=yoa_0WydUZQ

ZineWiki: www.zinewiki.com

DISTROS

Anmerkung: die folgende Liste enthält nur eine kleine Auswahl an Distros, deren Schwerpunktsetzung v.a. auf Grrrl Zines, feministischen Zines und Queer Zines liegt oder ein möglichst breites Spektrum abdeckt. Die Fluktuation an Distros hat v.a. in den letzten Jahren stark zugenommen. Zudem vertreiben zahlreiche Zinester ihre Zines, Comics etc. inzwischen oft selbst im Internet, über Verkaufsplattformen wie etsy.com oder mittels eigenem Webshop etwa bei www.bigcartel.com.

Doris Press + Distro (USA): www.dorisdorisdoris.com
Fight Boredom (Kanada): www.fight-boredom.com
Heavy Mental Zine Distro (Deutschland): www.heavymentalzine.wordpress.com
Marching Stars (UK): www.marchingstars.co.uk
Mend My Dress Press (USA): www.mendmydresspress.bigcartel.com
Microcosm Publishing (USA): www.microcosmpublishing.com
Parcell Press (USA): www.parcellpress.com
Princesa Pirata Distro (UK): www.princesapiratadistro.wordpress.com
Raumschiff Zine Distro (Deutschland): www.raumschiffdistro.wordpress.com
Stranger Danger Zine Distro (USA): www.strangerdangerzines.com
Sweet Candy Distro (USA): www.sweetcandydistro.com
Things You Say Zine Distro (USA): www.zinedistro.com
Vampire Sushi Zine Distro (UK): www.vampiresushi.co.uk/distro/en

IMPRESSUM

MAKING ART*MEDIA*CHANGE

Making Art, Making Media, Making Change!

Ein Wissenschaftskommunikationsprojekt
gefördert vom Österreichischen Wissenschaftsfonds
(FWF, WKP 10)

www.makingart.at

Erstellung des Handbuchs

Elke Zobl und Ricarda Drüeke in Kooperation mit
Stefanie Grünangerl und Elke Smodics

Programmbereich
Zeitgenössische Kunst und Kulturproduktion,
Kooperationsschwerpunkt Wissenschaft & Kunst,
Universität Salzburg in Kooperation mit
Universität Mozarteum

Textbeiträge von und mit Sonja Eismann,
Stephanie Müller und Rosa Reitsamer

Layout ger² daucha.raab Kommunikationsdesign

Illustrationen Ka Schmitz

Lektorat Roswitha Gabriel

Fotos (sofern nicht anders angegeben) Pia Streicher

Kontakt

Elke Zobl, elke.zobl@sbg.ac.at

Salzburg, 2015

Mit herzlichem Dank
an die Autorinnen und Kooperationspartner_innen!

**Verwendung zulässig nur für den Workshop-
und Unterrichtsgebrauch.**



Der Wissenschaftsfonds.

MAKING
ART*MEDIA*CHANGE



UNIVERSITÄT
SALZBURG



Schwerpunkt Wissenschaft & Kunst

Programmbereich Zeitgenössische Kunst und Kulturproduktion

Universität Salzburg in Kooperation mit der Universität Mozarteum
Bergstraße 12, 5020 Salzburg / Tel: 0662 8044 2383

www.w-k.sbg.ac.at/conart

www.makingart.at

Gefördert von:



Der Wissenschaftsfonds.