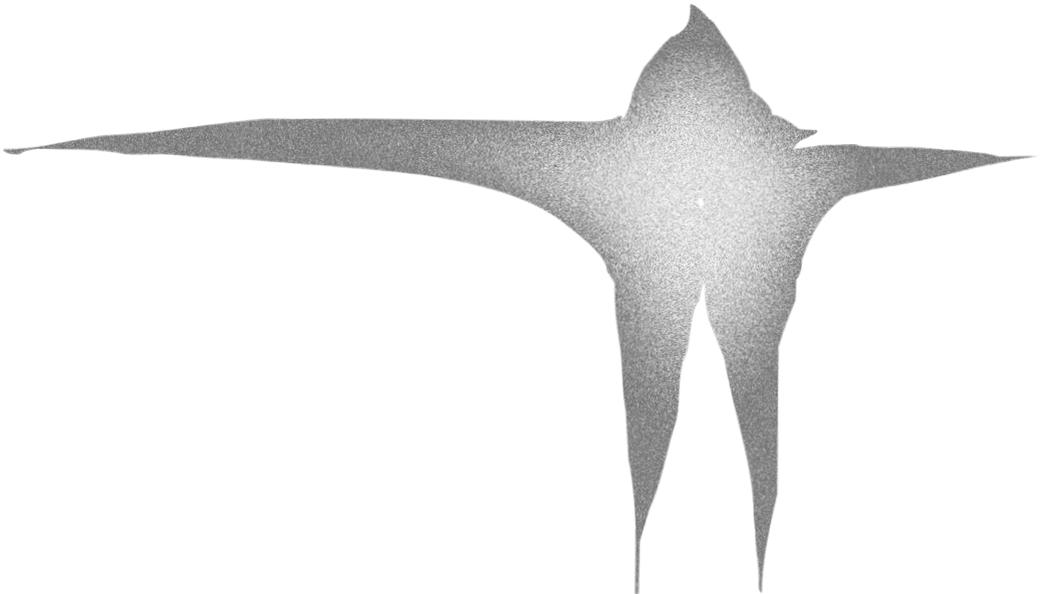


Den jungen Jahren um die 20 wird immer eine besondere Bedeutung zugeschrieben. Zum einen sind sie die Blüte der Jugend, zum anderen aber auch eine unsichere Zeit. Erfolge mischen sich mit Enttäuschungen. Finanzielle Misere contra Großträumerei. Dieses Zine zeigt die Interessen und Neigung junger Menschen, die sich in eben dieser Zeit befinden. Es ist ein Zeugnis, idealerweise auch ein Anreiz, den eigenen Neigungen Ausdruck zu verleihen und sich weiterzuentwickeln.

Es sind mehrere Ausgaben angedacht, die eine Entwicklung anstoßen sollen, und Anreiz schaffen zu probieren und zu versuchen. Ohne Berechenbarkeit und dem Zwang nach serieller Vervielfältigbarkeit. Alleine dem Drang nach Selbstverwirklichung dienend.



Julius Bobritz

Serwan Findik

Emilie Langenecker

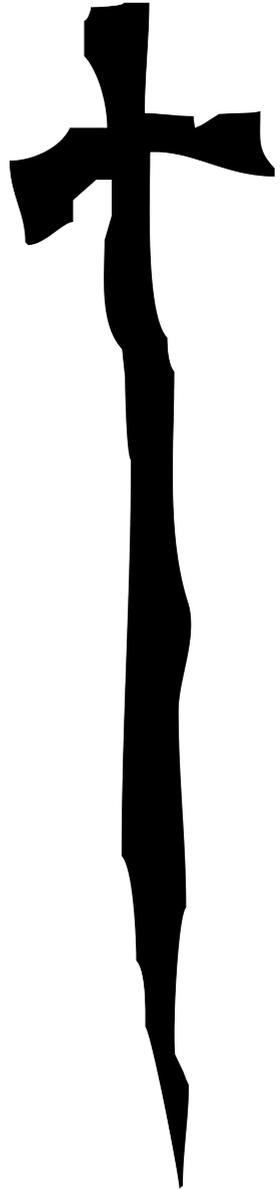
Luminara Uhura Mugler

Cécile Herzberg

Elisabeth Rogov

Leander Sörgel

Elsa Steppat



Print:

Illustrationen:

Layout:

Leander Sörgel

Kyrill Kocher

Josua Herzberg

5,6

7,8

9, 10

11, 12

12, 13

13, 14

14, 15

16, 17

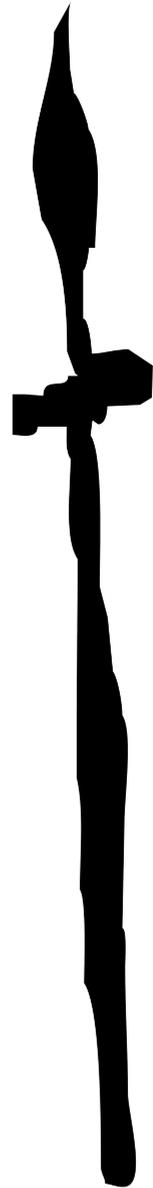




Foto: Noah Ismail

Zitronenrisotto mit Lauchbutter

Zutaten für zwei Personen:

Für die Brühe

1,5 kg Suppengrün
4 Knoblauchzehen
2 Schalotten
4 Lorbeerblätter
1 EL schwarze Pfefferkörner

Für Lauchbutter und Garnitur

1 Stange Lauch
Butter

Für das Risotto

1 el Butter
1 Schalotte
200 g Risottoreis
150 ml Weißwein
ca. 1,5 l Gemüsebrühe
4 gehäufte el Lauchbutter
50 g Parmesan
Salz
Pfeffer (am besten weißer)

Für die Brühe Knollengemüse, Schalotten und Karotten schälen und waschen, das gesamte Suppengrün in ca. 1 cm große Würfel schneiden (diese müssen nicht perfekt sein, sondern nur eine möglichst große Gesamtoberfläche abgeben, um möglichst viel Geschmack abzugeben). Die Knoblauchzehen werden nur mit einem Messer angedrückt.

Zuerst Zwiebeln, dann das restliche Suppengrün in einem großen Topf mit 1 TL Olivenöl anschwitzen. Darauf achten, dass das Gemüse nicht zu braun wird, damit die grüne Farbe der Lauchbutter im Risotto gut durchkommt.

Als nächstes Wasser, Salz, Pfefferkörner und Lorbeerblätter hinzugeben und für 1 Stunde leicht köcheln lassen - sollte noch die Rinde eines Parmesan-Käses übrig sein, diese gerne mit den Gewürzen hinzufügen. Das Gemüse absieben und entsorgen und bei Bedarf kann die Brühe noch abgeschmeckt werden. Petersilie - falls im Suppengrün vertreten - erst gegen Ende hinzufügen.

Für die Lauchbutter den Lauch gründlich waschen, die grünen Blätter klein hacken und mit ca. der gleichen Menge Butter in einer Pfanne für ca. 5 Minuten anschwitzen. Anschließend die Masse in einem Messbecher oder ähnliches mit einem Pürierstab zu einer homogenen Masse pürieren und kaltstellen.

Für das Risotto, die Schalotte in feine Würfel schneiden. Den übrig gebliebenen Teil des Lauchs in ca. 5 cm lange Stücke schneiden, diese längs halbieren, die einzelnen Schichten voneinander trennen und feine Julienne Streifen schneiden. Den Käse und die Zitronenzeste reiben. Die Brühe in einem Topf erhitzen und eine Schöpfkelle bereitlegen.

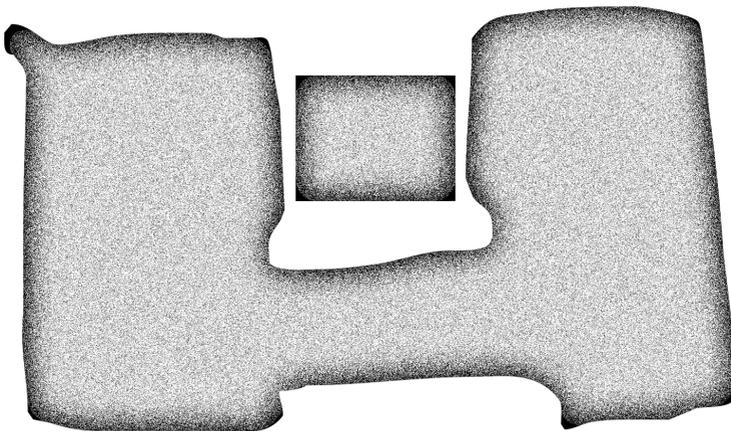
Die Schalotte in der Butter ohne Lauch bei niedriger Hitze in einem Topf anschwitzen. Sobald die Zwiebeln glasig sind auf mittelhohe Hitze erhöhen und den Risottoreis hinzufügen. Diesen für ca. 1 Minute anrösten, danach den Weißwein hinzufügen und einreduzieren.

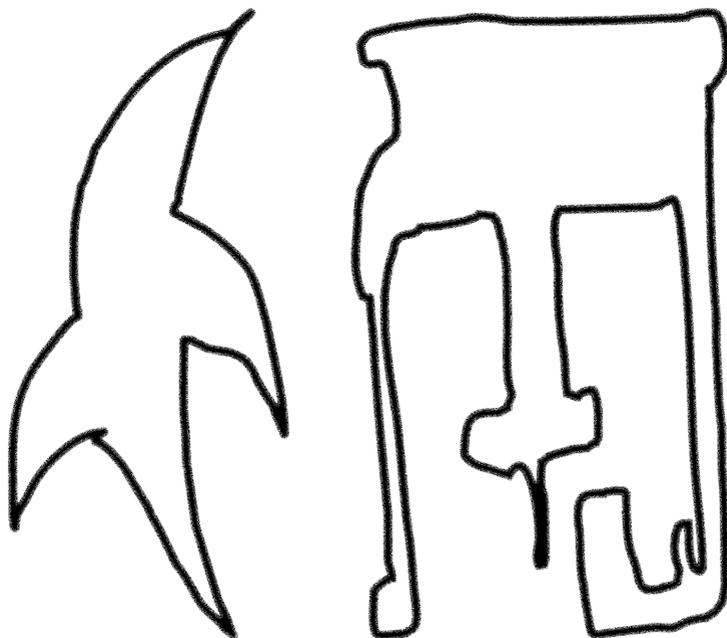
In den nächsten 18-20 Minuten kellenweise die Brühe hinzugeben. Darauf achten, dass nur am Rand des Risotto leichte Bläschen entstehen, falls das ganze Risotto blubbert, die Temperatur senken. Das Risotto durchgehend umrühren, damit es schön cremig wird, und es nicht anbrennt. Nach ca. 18 Minuten sollte der Reis al dente sein und nicht zu hart. Das Risotto probieren, mit Salz und Pfeffer abschmecken – beachten, dass der Parmesan und die Lauchbutter noch zusätzlich Salz hinzufügen.

Den Herd ausstellen, noch etwas Brühe, die Butter, den Parmesan und die Zitrone hinzugeben, verrühren, Deckel drauf und das Risotto für 5 Minuten ruhen lassen. In der Zwischenzeit die Lauchstreifen in etwas Butter anbraten.

Zum Anrichten einen flachen Teller hernehmen, das Risotto in der Mitte aufhäufen und von unten seitlich auf den Teller schlagen, dass der Reis einen perfekten Kreis auf dem Teller formt. Anschließend die Lauchstreifen in der Mitte platzieren.

Fettflecken auf der Sonnenbrille, Vogelscheiße auf der Windschutzscheibe, dass sich Celil nicht mehr um sich kümmerte, lies sich nun auch von außen bemerkbar machen. Mit 170km/h schob sich der alte Volvo klappernd die Autobahn entlang und lies dabei die Tankanzeige alle paar Sekunden grell aufleuchten. Gegrüht hat Celil noch nicht und der siebte Zigarettenstummel türmte sich im kaffeeverstärkten grandé Pappbecher. Das alleine reisen machte ihm deutlich mehr Spaß als mit anderen Mitmenschen zusammen, dachte er sich, als er vergeblich im Handschuhfach nach den Werbegeschenkbrillenputztüchern von der DB suchte, um die Fettflecken von der Brille zu befreien. Der Himmel war zerfetzt und lies nur an manchen Stellen die Sonnenstrahlen auf den Asphalt klatschen. Nach Hause waren es noch dreihundert Kilometer und mit jedem Meter fühlte sich sein Magen immer flauer an. Die Unruhe kletterte ihm zum Kopf hinauf, rutschte die Blutbahn hinunter und prallte mit dem Bauch in seinen Magen. Für seine Konsequenzen muss jeder Mensch alleine stehen. Doch Celil war ein Kleinbürger, nicht so akzeptiert wie seine anderen Mitbürger, trotzdem eine weiße Weste, Mindestlohnjob und eine kleine Einzimmerwohnung bisschen abseits von der Großstadt. Warum er überhaupt wieder nach Hause fuhr, verstand er selber auch nicht so ganz. Wo ist denn schon überhaupt noch zu Hause? Hier in Deutschland ist er es nicht, wie kann ein Ausländer im Ausland Heimatgefühle verspüren, wenn sie sagen, dass das nicht seine Heimat wäre? Und in der Heimat ist er Deutscher, wie kann er in der Heimat sich zu Hause fühlen, wenn auch sie ihm das Gefühl nicht gewähren? Die achte Zigarette schmiss er aus dem Fenster auf die Autobahn, eine orangene Glut brannte sich in seinen Wollpullover, im Radio wurde das achte Mal innerhalb von zwei Stunden „There Is a Light That Never Goes Out“ von The Smiths gespielt und die Reserve-Tank-Leuchte fluoreszierte vor sich hin.





Der Fernseher zeigte die News auf der niedrigsten Lautstärke an, die die Fernbedienung organisieren konnte. Seine Sicht war durch zwei Patienten halbverdeckt.

„Lebenslange Haft für tödliche Messerattacke im Zug bei Itzehoe“.

Die Kamera schwenkte in den Gerichtssaal, wo der syrische Täter zu sehen war, die Blicke schweiften im Wartezimmer zu Celil, wo deren kurdischer Mitbürger zu sehen war.

Celil räusperte sich und richtete das Anmeldeformular, welches er schon seit über einer halben Stunde ausgefüllt in der Hand hielt, auf. Doch die Blicke bohrten sich durch das plastische Anmeldeformular hindurch und pressten sich in seine Brust hinein.

Eine Arzthelferin, dessen Gesicht Celil sich nicht merken konnte, platzte ins Wartezimmer hinein und fing an die Namen der Patienten, die jetzt drankommen sollten, vorzulesen. „Herr Seiler... Frau Mühlhof, Frau Seitz und Herr Celil bitte“. Ihr Blick schwank Richtung Fernseher.

How "Salt Of The Earth" by Eartheater makes me feel:



Women exude a pure femininity when in harmony with nature. Through gentle gestures and deep affinity with nature, they demonstrate an inner resilience that is both delicate and powerful. Women in tune with nature give off a special calmness and passion, making them creators and protectors of their surroundings. This connection to nature gives them a natural and strong presence, showcasing their femininity in its purest form.

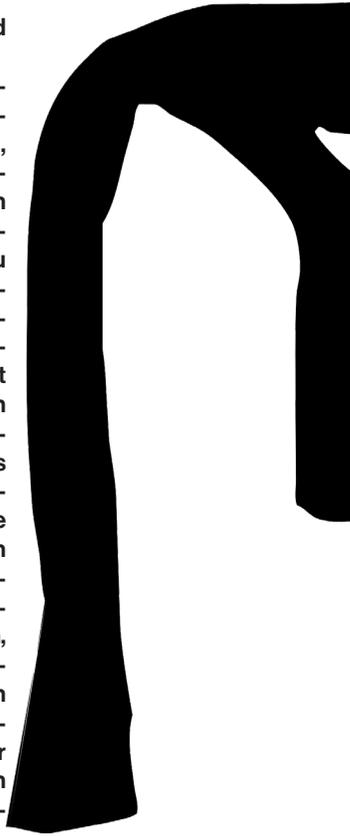




Die 4 Heritage-Archetypen

In den letzten 20 Jahren hat sich die Modelandschaft frappierend gewandelt.

Die Distribution und das Marketing von Produkten, der Einstellungsprozess jeglicher Position innerhalb der Modeindustrie (Models, Fotografen, Marketing, Creative Direktoren, Designer etc.), der Einzug des Internets, sowie das damit implementiertere Marketing- und Distributionsmonopol der sozialen Medien usw. sind von diesem Wandel substantiell betroffen. Kein Aspekt dieser universellen Modifikation scheint jedoch so elementar und erheblich zu sein wie die „Konglomeratisierung“. Unter dem Wort „Konglomeratisierung“ versteht man in der Modeindustrie die Akquisition verschiedener Modehäuser unter einer übergeordneten Wirtschaftsinstanz. Dieser Prozess begann zwar bereits im Jahr 1984 mit Bernard Arnaults Übernahme des Hauses Christian Dior, trat sich jedoch erst gegen Ende der 90er Jahre mit ostentativer Radikalität breit. Was anfänglich wie der Impuls eines kreativen Kollektivs bzw. eines jovialen wirtschaftlichen Sicherheits- und Rettungsschirms wirkte, entpuppte sich jedoch als kommodifizierende und kommerzialisierende Pseudo-Kulturförderung zur wirksamen Image- und Profitpflege von zu Wirtschaftsunternehmen degradierten Modehäusern und Designschaffenden. Dieser grundlegende Wandel macht sich in der hohen Quantität der Kollektionen, dem Vernachlässigen der Kreativität und Innovation, der Einstellung, Kontrolle und Entlassung verschiedener Kreativdirektoren in kürzester Zeit, dem übermäßigen Fokus auf Parfüm und Accessoires, der sukzessiven Drosselung der Haute Couture und der Verlagerung der Inhalte auf die sozialen Medien bemerkbar. Wenn man anlässlich der Fashion Week auf die Liste der präsentierenden Marken schaut fällt einem ein weiteres Phänomen der Konglomeratisierung auf... das „Comeback“. Im Zuge der expansiven Wirtschaftspolitik innerhalb der Modewelt wurde eine Vielzahl an totgeglaubten Modehäusern re-institutionalisiert. Von Avantgarde-Magnaten wie Thierry Mugler zu Space Age Hasardeuren wie André Courrèges zur Mutter des Surrealismus der 1930er Jahre Elsa Schiaparelli selbst. Drei der hier prägnantesten Aspekte der Konglomeratisierungssymptomatik (hohe Quantität an Kollektionen, Vernachlässigung von Kreativität/Innovation und das Comeback) traversieren alle das Thema dieses Artikels: „Die Heritage“ (bzw. Das Erbe/Vermächtnis). Die Schnelllebigkeit des Modezyklus, die Lukrativität der Nostalgie/ des Markennamen und die Simplifizierung des Designs im Sinne der Massenabfertigung und des „Mass-Appeal“, zwingen Modemarken und Designer auf das Archiv/Erbe/Heritage/Vermächtnis der jeweiligen Marke zurückzugreifen. Um den Umgang der Modemarken mit diesem Rückgriff auf Vergangenes zu verstehen werden hier vier Archetypen der Heritage eruiert, die eine Möglichkeit zur Kategorisierung bieten.





1. Das Artefakt Mit dem Begriff Artefakt wird sich in diesem Kontext nicht auf die allgemeine archäologische Semantik des Terminus, eines vom Menschen erzeugten Gegenstandes bezogen. Hierbei ist die Nutzung des unveränderten „Gegenstands“ aus vergangenen Kollektionen eines Modehauses gemeint. Das gezeigte Archivstück wird dementsprechend wohl für Modeausstellungen, als Leihgabe für verschiedene Projekte oder als Bekleidung für den roten Teppich verwendet.

2. Die Reproduktion Über die Reproduktion bzw. Reproduzierbarkeit von Kunst und Design schrieb bereits Walter Benjamin schon im Jahre 1963 in einem Kunstwerk-Aufsatz: „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit.“. Im Modekontext wird hierbei von einer Reproduktion eines oder mehrerer ikonischer Archivstücke eines Modehauses gesprochen. Diese Eins-zu-eins Reproduktionen können wie in Courrèges „Reedition Collection“ als Zitat der 19719 Kollektion des Hauses in Massenproduktion gefertigt werden oder als Haute Couture Einzelreproduktion....

3. Das Derivat In der germanistischen Linguistik handelt es sich bei der Derivation um eine Wortbildungsmethode die sich der Ableitung eines Wortstammes bedient, wobei das Derivat also das „Abgeleitete“ ist. Genau so verhält es sich in der Mode. Hierbei handelt es sich um eine Ableitung eines Designs einer Marke in das Design einer anderen Marke. Das Derivat ist sowohl der prävalenteste als auch der komplexeste der Heritage-Archetypen, da es große modehistorische Kenntnis erfordert ein Derivat historisch adäquat zu verorten.

4. Die Iteration Bei der Iteration wird ein „House Code“ oder ein Design einer vergangenen Kollektion eines Modehauses innerhalb einer neuen Kreation iteriert. Während im goldenen Zeitalter der Haute Couture der 40er und 50er Jahre ein ubiquitärer Anspruch an kontinuierliche Nova im Design gestellt wurden, fokussieren sich fast alle Marken mittlerweile auf eine omnipräsente Inklusion deren „Markenzeichen“, „House Codes“ und Markenidentität.

Wer mag es schon nicht, das i-Tüpfelchen, die perfekte Abrundung, das letzte Detail? Genau jede/r. Es ist eine absolute Genugtuung, wenn am Ende einer Arbeit, egal ob manuell oder geistig, dem Ergebnis nichts mehr hinzuzufügen ist. So gesehen braucht es dieses Detail also. Es geht fast nicht ohne.

Gleichzeitig stellt sich in einer Zeit von finiten Ressourcen und einem neuen Wertebewusstsein mit einer Konzentration auf das Wesentliche doch die Frage, ob es genau das alles noch benötigt. Ob ein Verzicht auf das i-Tüpfelchen, die perfekte Abrundung, das letzte Detail eine logische Konsequenz darstellt oder gar zu befürworten wäre? Ein Zuspruch, um von allem ein bisschen weniger darzustellen, um sich mit einem "okay" zufriedenzugeben. Wäre man selbst bereit, nicht mehr nach dem Besten zu streben? Für sich persönlich und/oder zum Wohle aller?



Wenn es um ein Entweder-oder zwischen Ästhetik und Charakter versus Daseinsberechtigung und Vernunft geht, würden wir historisch einen weiten Sprung zurückgehen. Man sollte doch meinen, dass sich die Gesellschaft des 21. Jahrhundert weiterentwickelt hat – die Kosmopolit:innen, die Avantgarde.

Unnötig und gleichzeitig wichtig/unabdingbar? Egal, ob Ornamente an Häusern, Fransendetails an Kleidung, Strasssteinchen oder roter Lippenstift – sie alle würden dem eigentlichen Objekt nichts abverlangen, doch sorgen die Details eben für das Besondere. Das, für was das Objekt am Ende steht. Charakteristisch, stilistisch und bezeichnend. Eine Ode an die Dinge, die wir eigentlich nicht unbedingt brauchen und dennoch besitzen. Die uns etwas bedeuten, weil sie eben für etwas Außergewöhnliches stehen, ab von der Norm sind und sich durch ihre Geschichten einen Weg in unsere Herzen bahnen können. Die Geschichten bleiben, die Objekte meistens auch.

Vielleicht geht es vielmehr um die Frage, ob wir am Ende alle nach der Kirsche streben sollten oder nicht? Ob Mittelmaß auch manchmal die Antwort sein darf. Und ob sich dadurch das Leben und unser Empfinden ändern würden? Der Mensch als Gewohnheitstier würde hier sicherlich ebenso anpassungsfähig sein wie sonst auch, doch wollen wir auf die intrinsische Fähigkeit hoffen, zwischen dem zu entscheiden, was unabdingbar ist und dessen, worauf zu verzichten es okay wäre. In diesem Sinne: Bitte die gezuckerte Kirsche auf der Granita nicht essen, sie ist weder gut für Zähne noch für die Figur und schmeckt sie leider auch einfach nicht. Fazit: Sie könnte man auch kulinarischer Sicht kompromisslos weglassen, doch würde sich hier das ästhetische Auge zu Wort melden und beanstanden, dass dem Traum aus Giftgrün doch noch das letzte Detail fehlt. Mon dieu!

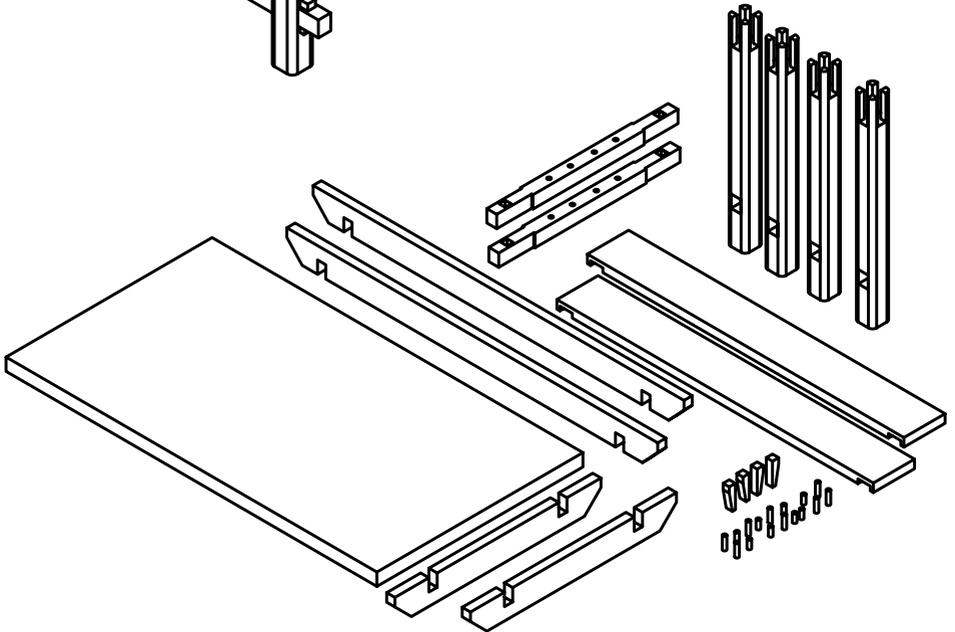
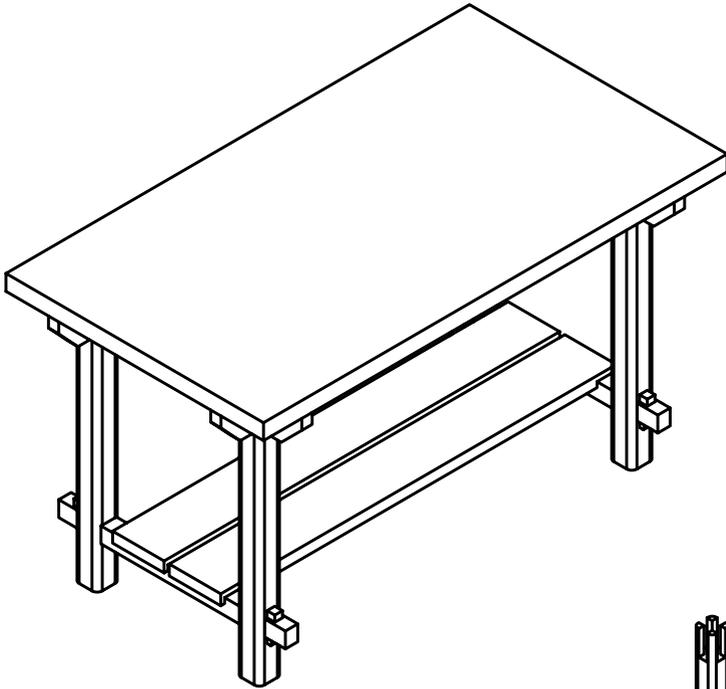


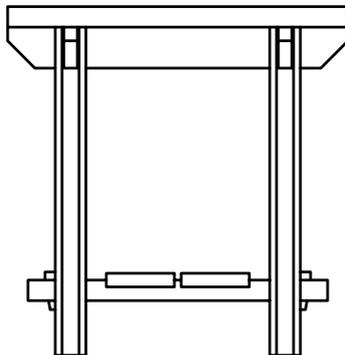
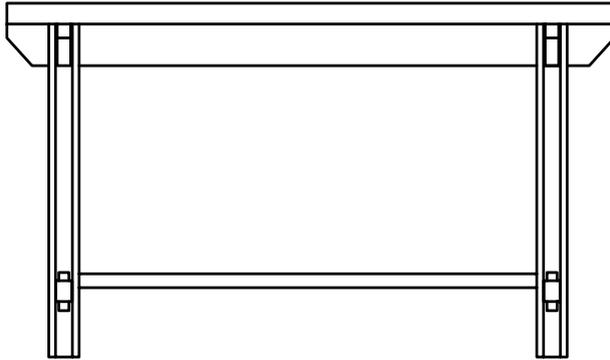
**Cherry on the
Cake/ Granita**





- Tsundoku -





„Tsendoku“-(積ん読), japanisch für die Angewohnheit, zu viele Bücher zu kaufen, sodass sie sich ungelesen anhäufen, ist ein Beistelltisch im japanischen Stil.

Gefertigt aus Eschenholz in den Maßen 90cm x50cm x60cm, komplett steckbar aufzubauen ohne die Verwendung von Leim.



“Die Baroness”

Elsa von Freytag-Lohringhoven lebt in bitterer Armut in einem stinkigen Mietshaus mit ihren drei Hunden. Trotz dieser widrigen Umstände schafft sie es, ihre ganze Existenz der Kunst des Dadas zu widmen, sehr zum Erschrecken und Ärgernis amerikanischer Puritaner.

Dieses Foto entstand in einem Rahmen eines Stop-Motion Filmprojekts.



