

VON DER STRASSE INS NETZ UND ZURÜCK

Ausgehend von der Frage, weshalb Fricker zwei Jahre nach der Realisierung von *7 Stationen* seine Aktivitäten im öffentlichen Raum vornehmlich in das internationale Netzwerk der Mail Art verlagerte, skizziert das folgende Kapitel dessen Anfänge als Mail Artist. Als er sich im Netzwerk der Mail Art mit anderen Künstlerinnen und Künstlern austauschte, erweiterte sich seine künstlerische Palette um die für die Mail Art typischen Medien. Fricker begann damit, eigene Briefmarken und Stempel zu entwerfen, Mail Art-Shows zu organisieren, Dokumentationen und Assemblings zu fertigen, Manifeste zu verfassen und verschiedene Projekte zu lancieren. In diesem Kapitel soll erläutert werden, wie und aus welchem Grund sich der Künstler für diesen Weg entschied.

Daneben blieb Fricker gleichwohl auch weiterhin auf regionaler Ebene künstlerisch aktiv. In seiner Auseinandersetzung mit regionalen und lokalen Themen entstanden ab den 1980er-Jahren mitunter Artistamps und Stempel, die er in regionale Aktionen einband.¹ Damit machte er auch außerhalb des Netzwerks in seinem unmittelbaren Umfeld auf diese Medien als künstlerische Ausdrucksmittel aufmerksam. Darüber hinaus verbreitete er Arbeiten umgekehrt im Mail Art-Netz, die er ursprünglich im regionalen Kontext entwickelt hatte. Nachdem zu Beginn die spezifischen Eigenschaften des Netzwerks der Mail Art und der Kunstform Mail Art in einer kurzen Einführung beschrieben wurden, wird im Folgenden dargelegt, dass Fricker zu einer Zeit dem Netzwerk beitrug, in der technische Innovationen und steigende Teilnahmezahlen dieses vor neue Herausforderungen stellten. Mitte der 1980er-Jahre begannen Mail Artisten, sich zunehmend mit der Entstehungsgeschichte und den Entwicklungen von Mail Art vertiefend auseinanderzusetzen. Erstmals wird beschrieben, welche zentrale Bedeutung Frickers Aufenthalt in New York 1984 für seine darauffolgenden im Netzwerk verbreiteten Aufrufe und Konzepte hatte. Dabei wird

deutlich, wie der Künstler teils auf bestehende Strukturen und auf sich im Netz anbahnende Entwicklungen reagierte. Mitunter antwortete er mit Ausrufen und Losungen auf von ihm beobachtete Abläufe im Netz und auf die sich dort abzeichnenden Prozesse. Darüber bewirkte er auch bei seinen Korrespondenzbeteiligten ein gesteigertes Bewusstsein für die sich im Netz anbahnenden Fortschritte.² Ein Beispiel dafür ist sein Ausruf zum *Tourism*, mit dem er eine Weiterentwicklung der Kunstform Mail Art in Richtung persönlicher Treffen anregte. Sein Konzept zum *Tourism* stieß neben einigen kritischen Stimmen im Netz vor allem auf Anerkennung und führte schließlich dazu, dass der Künstler bei sich zu Hause in seinem Atelier in Trogen zahlreiche Personen aus dem Netz als Gäste empfing.

Vom Plakat zur Mail Art

Die Installation *7 Stationen* von 1978/1979, die Fricker selbst finanziert hatte und über die die lokale Presse berichtete, war eine für seine künstlerische Entwicklung wegweisende wie bedeutsame Arbeit, die zugleich eine Ausnahme im Schaffen des Künstlers bildete, obwohl er an weiteren Konzepten für Plakatinstallationen in ähnlicher Größenordnung wie bei *7 Stationen* arbeitete. Die Vorgehensweise, offizielle Plakatwände anzumieten und großformatige Bilder herzustellen, wiederholte er in der Form einzig 1987 für seine Arbeit *Menu Banal*³ in Minden, Deutschland (Abb. 70). Dafür hatte er aus dem Namen Anna Blume das Anagramm Menu Banal erstellt. Es handelte sich hierbei um eine Hommage an Kurt Schwitters und dessen 1919 verfasstes Gedicht „An Anna Blume“. Mit einer Unterbrechung von mehreren Jahren griff Fricker hierfür nochmals auf eine Plakatinstallation im großen Format zurück.⁴ Das Plakatieren im öffentlichen Raum verschwand folglich nicht ganz aus seiner künstlerischen Arbeit. In den 1990er-Jahren beispielsweise verwendete er für *Ortekataster für Bregenz* (1994) ebenfalls Plakate. Zunehmend machte er seitdem von Schildern anstelle von Plakaten Gebrauch.

Mit der Plakataktion *7 Stationen* hatte Fricker 1978/1979 eine Wende in seinem Schaffen eingeleitet. Noch während der Planung und Entwicklung dieser Arbeit hielt er schriftlich in seinem ersten St. Galler Notizbuch fest, mit *7 Stationen* eine Arbeit für den öffentlichen Raum konzipieren zu wollen, die sein „[...] Startzeichen für ein umfassendes Engagement in Sachen Kunst“ kennzeichnen sollte.⁵ Seine Beschäftigung mit *7 Stationen* führte Fricker schließlich zu dem Entschluss, fortan das Medium Plakat verstärkt in seiner Kunst einzusetzen. In der Folge konzentrierte er sich vor allem auf die Produktion von Kleinplakaten,⁶ etwa zur selben Zeit, als Harald Naegeli mit seinen Graffiti-Zeichnungen in



70] Menu Banal, 1987, Billboard-Poem, Minden, Anagramm aus Anna Blume, Dokument, 3.10.1987, 21 × 29,7 cm, vgl. 7.01.

Zürich Bekanntheit erlangte und wegen Sachbeschädigung strafverfolgt wurde.⁷ Als Fricker anfang, mit selbstgestalteten Kleinplakaten im öffentlichen Raum zu agieren, war die Inanspruchnahme des Plakats durch Kunstschaffende keine unbekannt Praxis mehr. Seit den 1960er-Jahren erprobten Künstlerinnen und Künstler intensiv neue Wege. Dabei suchten sie mitunter nach Alternativen zu herkömmlichen Ausstellungsräumen. Sie nutzten Zeitschriften, schalteten Anzeigen und gebrauchten Plakate, die aufgrund ihrer Auflage mit erhöhter Reichweite das Kunstwerk demokratisch zugänglicher machten. Fricker griff mit dem Plakat somit auf ein bereits in die Kunst eingegangenes Medium zurück. Ein Jahr nach der Realisierung seiner Plakatinstallation *7 Stationen* erschien im *Kultur Magazin* ein mehrseitiger und bebildeter Artikel über seine Arbeit. Der Autor, Andreas Meier, schrieb über Frickers damalige Kunstaktionen:

„Der auf Avantgarde spezialisierte Jet-Kunstchronist zwischen Berlin–Paris–New York wird vielleicht sagen, ähnliche Experimente habe es daselbst schon gegeben. Für diese findet Kunst nur noch daselbst statt. Frickers ungewöhnliche und auch neuschöpferische Arbeiten verdienen aber auch gerade deshalb dokumentiert zu werden, weil sie auf dem harten Pflaster der Kulturprovinz entstanden sind. Hier aber ist ihre Wirkung nicht nur wünschbar, sondern vielleicht überraschender und eindringlicher“.⁸

Meier lobte damit nicht nur Frickers künstlerische Leistung, sondern wies in seinem Beitrag auch auf die Diskrepanz zwischen Provinz und Metropole hin.

Im Unterschied zu den großen Metropolen der Welt, in denen aufgrund ihrer erhöhten Konnektivität in der Regel neue Ansätze in der Kunst schneller verhandelt wurden und dementsprechend auf diese schneller reagiert werden konnte, waren Kunst- und Kulturinteressierte aus der Provinz in der Informationsbeschaffung über neue Strömungen oftmals von eigenen Initiativen und Beschaffungsmaßnahmen abhängig. Meier kritisierte vor allem eine fehlende Berichterstattung über Kunst und Kunstschafter aus der Provinz. In dem Beitrag wird deutlich die Kritik des Autors lesbar, dass unabhängig von der Leistung von Künstlerinnen und Künstlern aus der Provinz deren Kunst im Vergleich mit der Kunst, die in den Metropolen der Welt entsteht, häufig marginalisiert werde, worauf an späterer Stelle noch eingegangen wird. In der Zwischenzeit hat sich das Missverhältnis zwischen Provinz und Metropole durch die Digitalisierung verringert. Nahezu selbstverständlich ermöglicht das Internet heute unabhängig von Ort und Zeit den meisten Menschen Zugriff auf Informationen. Während heute durch die Digitalisierung nahezu eine ortsungebundene Konnektivität zu bestehen scheint, wie das daraus hervorgegangene digitale Nomadentum den Anschein erweckt, bedeutete die Zeit vor der Digitalisierung eine verzögerte Bereitstellung von Informationen. Diese vermeintliche Überlegenheit der Zentren gegenüber der Provinz spürten sowohl Kunstschafter als auch Kunstinstitutionen, wie sich die Galeristin Wilma Lock erinnerte. Im Gespräch mit dem Kunstkritiker Gerhard Mack⁹ berichtete sie:

„Wer in St. Gallen eine Galerie führt, muss mit dieser Herablassung der so genannten Zentren gegenüber der angeblichen Provinz leben. Das ist nicht immer leicht, aber ich sage das ohne Verbitterung; man muss da eine Gelassenheit entwickeln und sich auf seine eigenen Ziele konzentrieren.“¹⁰

Diese Form von Gelassenheit, wie sie Lock nannte, war auch bei Fricker zu spüren. Während er sich einerseits mit international anerkannter Kunst auseinandersetzte und sich von dieser durchaus inspirieren ließ, wagte er andererseits eigene künstlerische Experimente und „ungewöhnliche und auch neuschöpferische Arbeiten“.¹¹

Im Gegensatz zu den Graffiti des gesuchten Zürcher Sprayers oder den Zeichensetzungen von Personen, die Plakate an Wände klebten,¹² blieben Frickers Interventionen im Stadtraum für gewöhnlich nur für kurze Zeit sichtbar. Fricker verwendete einfaches Klebeband, das ihm den Vorteil bot, nicht versteckt und heimlich arbeiten zu müssen. Er brachte seine Kleinplakate tagsüber an, wodurch er sich zu seinen Taten bekannte. Das Dokumentationsfoto,

das Fricker beim Befestigen eines der Plakate *fiktive Kunsthalle St. Gallen* (1980) zeigt (Abb. 58 a), bezeugt seine behutsame Vorgehensweise.

Während *7 Stationen* und auch seine ersten Serien von Kleinplakaten wie *Blickfeld-Protokolle* (1977) und *Spiegelplakate* (1977) noch aus vergrößerten Fotoabzügen bestanden, setzte Fricker ab 1979 die Fotokopie als günstiges Reproduktionsverfahren für seine Bilder ein. Dieses ermöglichte ihm eine nahezu unlimitierte Produktion. Ab dieser Zeit begann Fricker mit *Lebensraumzeichen*, auch andere aufzufordern, eigene Lebensraumzeichen anzufertigen.¹³ Dies hatte zur Folge, dass angelehnt an diese Arbeit in abgewandelter Form auch Plakate mit der Aufschrift „Todesraumzeichen“¹⁴ im Stadtraum St. Gallen auftauchten. Als Agierende nannte *Die Ostschweiz*, die 1980 über die Kleinplakate in der Stadt St. Gallen berichtete, „Unbekannte, Aktionisten, Schüler, Individualisten, aber auch manchmal in der Kunst- und Kulturszene Bekannter“,¹⁵ deren Plakate von „Sammlern sorgfältig abgenommen, von anderen erbost abgerissen wurden“.¹⁶ Im Rahmen der Publikation *H. R. Fricker, Networkingmaterial, Spuren künstlerischer Umtriebe per Post*,¹⁷ die 1986 von Bernd Löbach herausgegeben wurde, berichtete Fricker rückblickend auf die 1970er-Jahre, dass innerhalb sich von zwei Jahren aus seinen gemeinsamen Aktionen mit Pascal Froidevaux eine „Kleinplakat-Bewegung“ in St. Gallen entwickelt habe.¹⁸ An die hundert Personen nutzten für ihre eigenen Zwecke im Stadtraum kleine selbstgefertigte Plakate,¹⁹ deren Inhalte zuweilen politisch motiviert waren. Um sichtbar zu bleiben, machten sie täglich neue Aushänge. Frickers Plakate, die zwischen 1977 und 1980 entstanden sind, lassen gleich verschiedene Absichten des Künstlers erkennen: Mithilfe des Mediums Plakat irritierte er das gewohnte Sehverhalten. Er aktivierte und sensibilisierte mit Arbeiten wie *Spiegelplakate* (1977) und *7 Stationen* (1978/1979) die Wahrnehmung auf die durch den Alltag oftmals ausgeblendete Umgebung und machte so trist anmutende alltägliche Stadtbilder gleichsam wieder farbig und lebendig. *Blickfeld-Protokolle* (1977) und *Lebensraumzeichen* (1979) waren künstlerische Versuche, neue Kommunikationswege zu erdenken. Fricker rief mit Plakaten wie *fiktive Kunsthalle St. Gallen* (1980) und *Auf der Suche nach Edelweiss zu Tode gestürzt* (1980) kulturpolitische Themen ins Gedächtnis. Zum Teil reagierte der Künstler mit seinen Plakaten auch direkt auf Ereignisse. Fricker erläuterte: „[...] für mich war das Mich-ganz-anders-verhalten in diesem städtischen Umfeld eine politische und künstlerische Haltung“.²⁰

Diese Erklärung und seine Arbeitsweise lassen die Schlussfolgerung zu, dass Fricker mithilfe seiner Aktionen einerseits auf Bestehendes reagieren und womöglich auf politische und gesellschaftsrelevante Entscheide einwirken wollte. Ein weiteres Motiv für seine Handlungsweise war andererseits der Versuch,

bewusst entgegen antrainierter Verhaltensweisen zu handeln. Er wollte über die künstlerische Aktion neue Situationen schaffen. Die Fotokopie bot diesbezüglich einen zentralen Vorteil. Sie vereinfachte eine schnellere und direktere Bezugnahme auf Ereignisse, wie Fricker erklärte:

„Man konnte am Morgen etwas in der Zeitung lesen. Wollte man darauf in irgendeiner Weise reagieren, konnte man ein Bild herausnehmen, vergrößern, etwas darunter setzen, hundert Kopien machen und innerhalb von zehn Minuten war es auf der Straße“.²¹

Auf eine Zeitungsmeldung über die Nacktdemonstration in Zürich, die für den Erhalt des AJZ (Autonomes Jugendzentrum) am 14. Juni 1980 durch die Zürcher Altstadt stattgefunden hatte,²² reagierte Fricker beispielsweise mit einem selbstgestalteten Plakat noch am gleichen Tag ihres Erscheinens. Dafür kombinierte er das Zeitungsbild aus dem *Zürcher Tagesanzeiger*, das die nackten Demonstranten in Zürich zeigte, mit einem Werbespruch für einen Wanderführer aus dem St. Galler Tagblatt: *Wie schön, wenn morgen in der ganzen Ostschweiz das Wanderfieber ausbrechen würde*²³ (Abb. 71 a, b). Dass tatsächlich Jahre später Nacktwanderungen im Alpsteingebiet durchgeführt werden würden, konnte Fricker zu diesem Zeitpunkt jedoch noch nicht ahnen. Mit dieser Zusammensetzung von Bild und Spruch rief der Künstler gleichsam dazu auf, mehr Freiräume für Kunst und Kultur auch in der Ostschweiz einzufordern. Da er mit der Abbildung von friedlichen Nacktdemonstranten ein Bild wählte, das sich nicht auf die für die Jugendunruhen in die Schlagzeilen gekommenen Krawalle bezog,²⁴ richtete er den Blick ausdrücklich auf ein friedliches Demonstrieren. Sein Plakat konnte auch als ein Aufruf an die in St. Gallen lebenden Menschen verstanden werden, sich ebenfalls gewaltfrei für mehr Freiräume in ihrer Stadt einzusetzen. Als Fricker selbst an einer Demonstration für das AJZ in Zürich teilnahm, verteilte er in der Stadt seine eigens dafür entworfenen Plakate *tatenlos/tadellos* (1980), die in ihrer Gestaltung angelehnt an Fahndungsfotos und seine 1979 in der Stadt St. Gallen in Umlauf gebrachten *Lebensraumzeichen* das Gesicht des Künstlers mit dem schriftlichen Zusatz „tatenlos zusehen“ oder „tadellos zusehen“²⁵ zeigten. Fricker blieb jedoch, wie er mit seinem Plakat glauben machen wollte, gerade nicht tatenlos. Vielmehr besetzte er subversiv während der Demonstration gleichsam friedlich demonstrierend den Stadtraum mit seiner Kunst.

Selbstgestaltete Flyer und Plakate, wie Fricker sie nutzte, stellten auch in der Jugendbewegung der 1980er-Jahre, deren Forderung nach kulturellem Freiraum er zustimmte, gängige und bedeutsame Kommunikationsmedien dar, über die



bisweilen in gestalterisch ansprechender Form Botschaften verbreitet wurden.²⁶ Für Fricker war das Plakat allerdings mehr als nur ein Mitteilungsmedium. Es war eine Kunstform, auf die er bei seiner Beteiligung an der GSMBA-Gruppenausstellung 1980 ausdrücklich aufmerksam machen wollte. Indem er Plakate von sich und anderen präsentierte, deklarierte er über seine Teilnahme die Kleinplakate zu eigenständigen Kunstwerken und machte diese, länger als für einen Tag, für die Dauer der Ausstellung sichtbar. Für die Installation wählte Fricker als Wand einen für Baustellen typischen Zaun. Damit erweiterte er gleichsam dessen ursprüngliche Funktion. Er nutzte den Zaun, der üblicherweise Baustellen sichert und den Blick auf das Dahinterliegende, neu Entstehende versperrt, gewissermaßen als Symbol, um auf die im Verborgenen (außerhalb des Kunstbetriebs) agierende Kleinplakat-Bewegung in St. Gallen und die sich im Umbruch befindende Kunst hinzuweisen. Ein Dokumentationsfoto der Ausstellungssituation (Abb. 59) lässt erkennen, dass neben dem Bauzaun, auf dem wild verteilt die Plakate befestigt waren, auch Straßenschilder aufgestellt waren. Darunter befand sich ein Einbahnstraßenschild, das als Ausdruck von Frickers Kritik an der traditionellen, mit der Trennung zwischen Kunstschaffenden und Rezipierenden in nur eine Richtung zielenden Ausstellungsmethode und dem auf Ausschluss basierenden Verfahren der GSMBA verstanden werden konnte. Das Verfahren umging er einfach, indem er mit seinem Beitrag umstürzlerisch auch Nichtmitgliedern eine Ausstellungsfläche zur Verfügung stellte. Die Kleinplakate waren überwiegend kopierte und teils handkolorierte Kombinationen

71 a] Wie schön, wenn morgen in der ganzen Ostschweiz das Wanderfieber ausbrechen würde, 1980, Kleinplakat, Fotokopie, 29,7 × 21cm, vgl. 2.20.

71 b] Wie schön, wenn morgen in der ganzen Ostschweiz das Wanderfieber ausbrechen würde, 1980, Dokumentationsfoto, 12,7 × 17,8 cm, vgl. 2.21.

von Texten mit Fotografien, Zeichnungen und Collagen. Fricker machte über die Ausstellungssituation das Publikum zum einen auf die bereits in St. Gallen bestehende aktive und für jeden zugängliche Kleinplakatszene aufmerksam, zum anderen warb er über die ausgestellten Werke – da die verwendeten Techniken der Fotografie und Fotokopie aufgrund der einfachen Handhabung und günstigen Vervielfältigung vielen Menschen die Möglichkeit boten, sich kreativ mitzuteilen – für ein Einbringen aller mit eigenen kreativen Energien im Alltag.

Mit verschiedenen Projektaufrufen forderte Fricker insbesondere auch Laien dazu auf, sich künstlerisch zu beteiligen und sich gegebenenfalls zu bestimmten Themen zu positionieren. Angeregt von einer Ausschreibung der Stadt St. Gallen für einen Fotowettbewerb 1979, über den die schönen Seiten der Stadt St. Gallen zur Schau gestellt werden sollten, lancierte Fricker einen Gegenwettbewerb mit dem Titel *Schrei mit Bildern*, bei dem das fotografiert werden sollte, was die Teilnehmenden in der Stadt „bedrückt[e]“. ²⁷ Auf seine Gegenveranstaltung zum offiziellen Fotowettbewerb machte er mit Flugblättern aufmerksam. Letztlich führte sein Aufruf dazu, dass Fricker polizeilich überwacht und eine Fiche zu seiner Person angelegt wurde. ²⁸ Ab 1981 verzichtete er für ein Jahr gänzlich auf weitere Aktionen im Stadtraum. Diesen Verzicht kommentierte er mit einer selbstgestalteten Postkarte ironisch. Er kündigte an, fortan nur noch seinen Schatten in die Stadt zu werfen. Die Postkarte zeigte auf der einen Seite als Schattenbild das Gesicht des Künstlers im Profil und auf der anderen Seite stand zusätzlich zu seinem Namen der Satz *Ich werfe meinen Schatten in St. Gallen, vom 27. Februar 1981 bis 26. Februar 1982, Bilder für Passanten* ²⁹ (Abb. 7 a, b). Fricker kündete damit sozusagen an, für ein Jahr keine Plakate mehr zu kleben, sondern lediglich seinen Schatten an die Wände zu werfen. Hier zeigt sich erstmals Frickers Konzept, mit dem er das Schattenbild zu einem beweglichen Kunstwerk erklärte. Der Künstler erhob das Schattenbild und damit sich selbst zum eigentlichen Werk. Die Arbeit wurde wegweisend für seinen im Mail Art-Netz bekannten Slogan *my shadow is my graffiti*.

Nachdem Ende der 1980er-Jahre der Schweizer Fichenskandal öffentlich bekannt wurde, stellte Fricker ein Gesuch auf Einsicht in seine Fichen. ³⁰ In dieser Zeit arbeitete er bereits aktiv als Mail Artist. Die Kopie seines Ficheneintrags setzte Fricker 1990 auf ein an seine Frau adressiertes Kuvert, ³¹ das er zusätzlich mit Marken aus dem Markenbogen *Swiss Suprematism Issue* ³² (1990) (Abb. 72) beklebte, den er speziell diesem Thema gewidmet hatte. Als Vorlage diente ihm ein offizieller Markenbogen der Schweizer Post, den er mit schwarzen Balken versah, wie er sie zum Abdecken der Denunzianten aus den Fichen kannte. Farbig kopiert und perforiert versandte er den von ihm bearbeiteten Bogen im Netz

und informierte seine Mail Art-Kollegenschaft über den Schweizer Fichenskandal. Der Markenbogen entstand im selben Jahr, als Fricker mit dem Anerkennungspreis von der Stadt St. Gallen für seine Leistungen ausgezeichnet wurde, für die er in den 1970er-Jahren noch kritisiert und überwacht wurde.³³

Frickers Entschluss, in den 1980er-Jahren sein Tätigkeitsfeld auszuweiten und international aktiv zu werden, war vermutlich weniger eine Folge der polizeilichen Einschüchterungsversuche. Vielmehr resultierte diese Entscheidung aus einer Notwendigkeit heraus, wie Fricker im Gespräch anmerkte, da Anfang der 1980er-Jahre die Malerei durch die Vertreterinnen und Vertreter der Neuen Wilden eine Aufwertung erfuhr und sich einige Künstlerinnen und Künstler wieder vermehrt der Malerei zuwandten und der Austausch untereinander nachließ. Diese von ihm bemerkte Zuwendung einiger seiner Künstlerkolleginnen und -kollegen zur Malerei und seine abgeschiedene Wohnsituation zwangen Fricker geradezu dazu, neue Kontakte über die Region hinaus zu suchen, da er sich weiterhin treffen und austauschen wollte. Dies war der Moment, in dem



Abb. 72] Swiss Suprematism Issue, 1990, Markenbogen, Farbfotokopie, perforiert, 29,7 × 21 cm, signiert, Kantonsbibliothek Appenzel Auser Rhoden, vgl. 4.07.

sich Fricker bewusst umorientierte und nach neuen Möglichkeiten suchte, sich zu vernetzen.

Vom internationalen Netzwerk der Mail Art erfuhr Fricker, nachdem er in der Zeitschrift *Gepein* die Adresse des belgischen Mail Artisten Thierry Tillier fand. Er wandte sich an Tillier, von dem er im Juli 1981 das Magazin *Sphinx* Nr. 12/13 (1981) zugesandt bekam. Aus dem Magazin entnahm Fricker Adressen von Mail Artisten. In seinem mit Ruud Janssen schriftlich geführten Interview berichtete Fricker:

„From the magazine *Sphinx* I took the addresses from Vittore Baroni (Italy), Lon Spiegelman (USA), Ben Vautier (France), Wulle Konsumkunst (Germany), Pawel Petasz (Poland), Günther Ruch (Switzerland), Jürgen Olbrich (Germany) and some others and sent to them a postcard with one question only on it: ‚What is mail-art today?‘ I received many different answers, letters, manifestos, invitations and postcards. This was the beginning of my international mail art involvement“.³⁴

Obwohl Fricker erst 1981 mit Mail Artisten Kontakt aufnahm, hatte er schon im Vorfeld die Medien Postkarte und Stempel als Mittel des künstlerischen Ausdrucks angesehen und damit experimentiert.³⁵ Hinzu kommt, dass er noch vor seiner Kenntnis über Mail Art den postalischen Weg nutzte, um sich mit dem Schweizer Künstler Hugo Suter (1943–2013) auszutauschen, der damals dem Gemeinschaftsatelier am Ziegelrain in Aarau angehörte. 1975 besuchte Fricker das Gemeinschaftsatelier, als sich dieses gerade aufzulösen begann. Dort traf er Suter. Noch im gleichen Jahr besuchte Fricker den Künstler in seinem Wohnhaus in Seengen im Seetal, wo Suter bis 1988 lebte. Im Anschluss an seinen Besuch erhielt Fricker eine Postkarte des Künstlers. Dieser schlug ihm vor, den Austausch per Post fortzusetzen. Fricker sandte daraufhin alljährlich einen Neujahrsgruß per Post. Die Kommunikation beschränkte sich bis auf wenige Ausnahmen hauptsächlich auf den Versand von Grußkarten. Zwar fand ihr Austausch außerhalb des Netzwerkes der Mail Art statt und kann folglich nicht in diesem verortet werden, dennoch war Suter gewissermaßen Frickers erster Kontakt, mit dem er im Kontext der Kunst auf dem postalischen Weg kommunizierte.

Im Unterschied zu einigen seiner Mail Art-Kolleginnen und -Kollegen wie etwa Robert Rudine oder James Warren Felter, die sich seit ihrer Jugend für Briefmarken begeisterten, Sammlungen anlegten und schließlich eigene kreierten, entdeckte Fricker erst durch seine Teilnahme im Netzwerk der Mail Art die Vorzüge von Artistamps für sein künstlerisches Schaffen. Ab 1981 trat Fricker sozusagen von der Straße ins Netzwerk der Mail Art ein.

In den 1970er-Jahren hatte Fricker mit verschiedenen Arbeiten und Aktionen bereits sein Anliegen verdeutlicht, einen direkten Kontakt zum Publikum aufbauen zu wollen, Museen und Galerien umzufunktionieren und die Rezipierenden zu Partnerinnen und Partnern zu erklären. Anfänglich verstand er das Netzwerk der Mail Art zunächst als eine Plattform, um sich gegenseitig zu informieren und Ideen auszutauschen. Die Zusendungen von Mail Artisten veranschaulichten ihm jedoch, dass Mail Art nicht allein das Versenden von Kunstwerken per Post bedeutete, sondern dass Mail Artisten auch die Medien der Post wie Briefmarken und Stempel adaptierten. Frickers erste Sendungen an Mail Artisten beinhalteten noch Kopien seiner selbstgestalteten Kleinplakate. In der Folge begann er, die für die Szene typischen Ausdrucksmittel für sich zu entdecken und zunehmend zu verwenden. Zusätzlich zu den im Netzwerk der Mail Art propagierten Maxime demonstrierte das Gestalten von Bildern im Briefmarkenformat gleichsam eine Ablehnung der Mail Artisten gegenüber einer Kunst als markt- und profitorientierte Spekulationsware, die Frickers Vorstellung von Kunst entsprach, der sich, wie im vierten Kapitel aufgezeigt, gegen eine Kommerzialisierung und für eine Öffnung und Demokratisierung von Kunst einsetzte. Er erkannte in der Mail Art eine für sich und seine Anliegen passende Kunstform.

Während Fricker am Anfang noch nach geeigneten Formen der Kommunikation suchte und seine bereits für die Region gefertigten Plakate per Mail Art distribuierte, begann er umgekehrt, die für die Mail Art typischen Medien in seine regionalen Projekte zu integrieren. Assemblings, Shows und Magazine waren Medien, die Fricker mitunter im Anschluss auch auf regionaler Ebene zu nutzen versuchte.

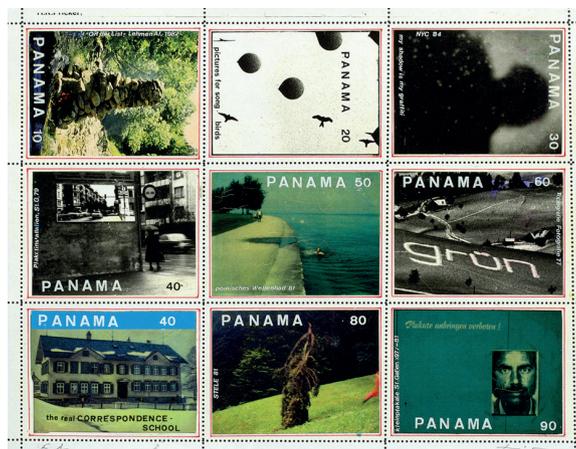


Abb. 73] PANAMA, 1984, Markenbogen, 20,8 × 26,7 cm, signiert, Kantonsbibliothek Appenzell Auser Rhoden, vgl. 4.02.

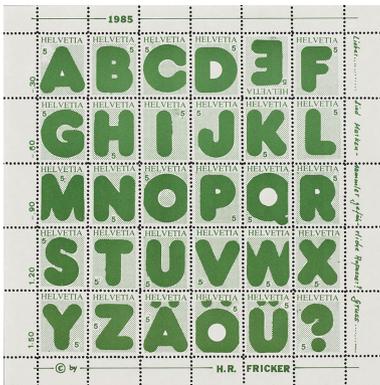
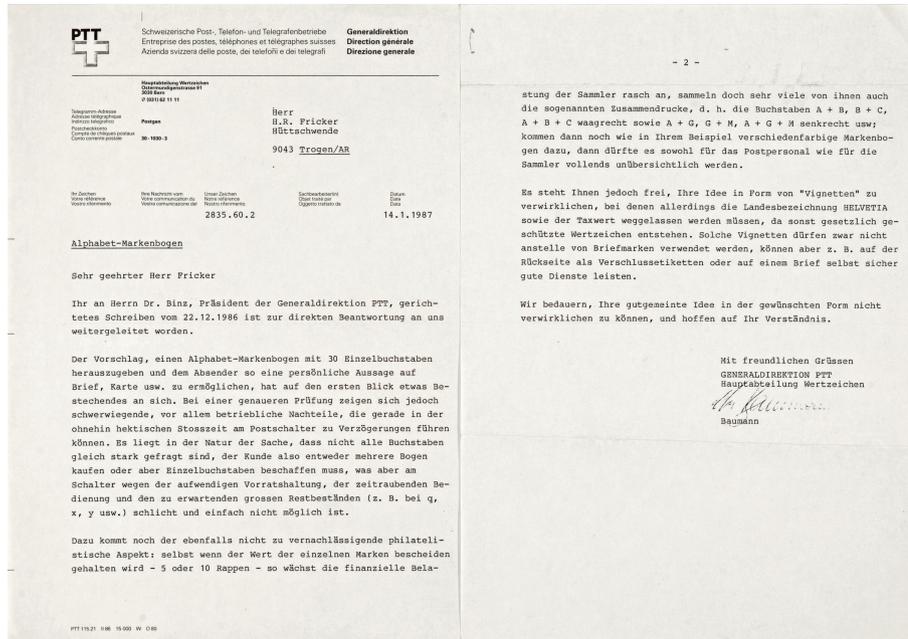


Abb. 74 a, b] Dokumente: Gesuch und ABC-Markenbogen, 1984–1985, perforierter Markenbogen in verschiedenen Farben produziert, Offsetdruck, 18 x 18 cm, in vgl. 4.25, 4.26.



Für den Markenbogen PANAMA³⁶ (1984) gebrauchte Fricker Dokumentationsfotos von seinen Arbeiten, u. a. von *Topographie-Fotographie*, *7 Stationen* oder *Lebensraumzeichen* (Abb. 73). Mit dem Markenbogen gewährte er seiner Mail Art-Kollegenschaft folglich einen kleinen Einblick in sein regionales Kunstschaffen. Eine Marke im Bogen zeigte zudem Frickers Wohnhaus, das ehemalige Schulhaus von Hüttschwende, das er in Anlehnung an Ray Johnson mit „the real CORRESPONDENCE SCHOOL“ untertitelte.

Ferner gebrauchte Fricker seine über die Mail Art-Szene neu gewonnenen Gestaltungsmittel auch für seine regionalen Aktionen (Abb. 74 a, b).³⁷ Am deutlichsten zeigt sich die Kombination von seinen ab den 1970er-Jahren im öffentlichen Raum und in den öffentlichen Medien experimentierten Strategien mit

Abb. 75] Ida Schläpfer, 1981, Inserat, 2,2 x 4,5 cm. H. R. Fricker schaltete anonym in der Zytglogge Zytig, Bern das Inserat: Die neue LP – Ida Schläpfer – I shot the Landammann, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhodon, vgl. 3.02.

Abb. 76] Ida S., 1981, Leserbrief, Appenzeller Zeitung, Herisau. Am 1. Mai 1981 wurde in der Appenzeller Zeitung der Leserbrief von H. R. Fricker unter dem Pseudonym Ida S. veröffentlicht, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhodon, vgl. 3.01.



den für Mail Art gängigen Ausdrucksverfahren am Beispiel *Ida Schläpfer*. Als in den 1980er-Jahren, im Gegensatz zu den anderen Kantonen in der Schweiz, Appenzell Inner- und Ausserrhoden die Mehrheit der Männer den Frauen weiterhin das Wahlrecht verweigerten, erfand Fricker die Kunstfigur *Ida Schläpfer*, mit der er sich in der Öffentlichkeit gegen den Beschluss der Landsgemeinde³⁸ empörte und für das Wahlrecht für Frauen eintrat. Mit einem Inserat (Abb. 75) und einem Leserbrief (Abb. 76) im Jahr 1981 war Frickers Kunstfigur geboren. Unter dem Pseudonym *Ida Schläpfer* lancierte Fricker verschiedene Aktionen rund um das Frauenwahlrecht.



a



b



c



d

Während die Landsgemeinde in den geraden Jahren in Trogen stattfand, tagte sie in den ungeraden Jahren in Hundwil. Diesen Umstand nutzte Fricker und warb 1987 erfolgreich für eine Frauenlandsgemeinde in Trogen. Diese war zwar weiterhin ohne politisches Mitspracherecht, Frickers Aufruf führte jedoch immerhin dazu, dass sich etwa zweihundert Personen auf dem Gemeindeplatz in Trogen versammelten, wo Frauen ihre Meinungen und Forderungen öffentlich kundtaten (Abb. 77 a–d).³⁹ Erst zwei Jahre später, im Jahr 1989, wurde für das Frauenstimmrecht auf kantonaler Ebene in Appenzell Ausserrhoden in Hundwil abgestimmt. 1990 führte dann Appenzell Innerrhoden als letzter Schweizer Kanton, gezwungen durch einen Bundesgerichtsentscheid, das Wahlrecht für Frauen

Abb. 77 a] Frauenlandsgemeinde, 1987, Poststempel als Vorlage für Buttons, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 3.17.

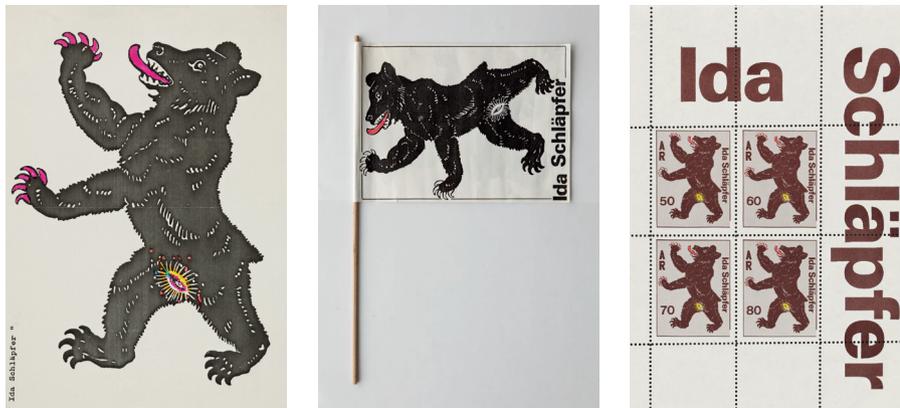
Abb. 77 b] Frauenlandsgemeinde, 1987, Buttons in verschiedenen Farben, 3,5 × 3,5 cm, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden.

Abb. 77 c, d] Frauenlandsgemeinde, 1987, Dokumentationsfotos von der Frauenlandsgemeinde, 26. April 1987 auf dem Landsgemeindeplatz, Trogen, Appenzell Ausserrhoden, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 3.18.

Abb. 78 a] Ida Schläpfer, 1981, Plakat, handkoloriert von Thea Fricker, 1982, 29,7 × 21 cm. Das Plakat für Ida Schläpfer zeigt eine Abwandlung des Appenzeller Wappens. Durch die Veränderung der Geschlechtsmerkmale wird das Wappentier von einem Bären zu einer Bärin, vgl. 3.03.

Abb. 78 b] Ida Schläpfer, 1981, Fahne, 28,5 × 21 cm, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden.

Abb. 78 c] Ida Schläpfer, 1981, Markenbogen, 21 × 14,8 cm, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden.



ebenfalls ein. Im Zusammenhang mit der Aktion *Ida Schläpfer* verwendete Fricker ab 1981 vielfältige Ausdrucksmittel: Stempel, Briefmarken, Plakate und erstmals auch Schilder und Buttons (Anstecker). Seine eigens für Ida Schläpfer gefertigten Sonderbriefmarken versandte er auch an seine Mail Art-Kollegenschaft, womit er sie auf das in den 1980er-Jahren noch fehlende Frauenstimmrecht in Appenzell aufmerksam machte (Abb. 78 a–c).⁴⁰ In der Mail Art wurden zuweilen Themen angesprochen, die mitunter nicht über die eigenen Landesgrenzen hinaus bekannt wurden. Anna Banana erfuhr beispielsweise erst durch Frickers Beitrag von dem noch bis 1989 fehlenden Frauenstimmrecht in Appenzell Ausserrhoden.

Frickers Ausstellung 1984 in Domat Ems kann als ein weiteres Beispiel für das Einbringen von Mail Art auf regionaler Ebene angeführt werden. Als Vorbereitung für die Ausstellung bat Fricker die Galerie, ihm die Adressen auszuhändigen, die sie üblicherweise für den Versand ihrer Einladungskarten nutzte. An diese Adressen sandte Fricker von ihm bearbeitete Kuverts mit der Aufforderung an die adressierten Personen, die Kuverts zur Ausstellungseröffnung mitzubringen. Die Kuverts bildeten den Gegenstand der Ausstellung. Wäre keine der eingeladenen Personen seiner Aufforderung nachgekommen, hätte die Galerie zur Eröffnung seiner Ausstellung lediglich einen leeren Raum präsentiert. Folglich bestimmte die aktive Beteiligung der angeschriebenen Personen den Erfolg der Ausstellung.⁴¹ An diesem Beispiel zeigt sich abermals die für Fricker typische Strategie als Künstler und Networker, unter Einbindung von Kunstinstitutionen Kunst auch außerhalb dieser in privaten Bereichen stattfinden zu lassen.

1982 rief Fricker zum ersten Mal zu einer Mail Art-Show auf. Das Thema seiner ersten Mail Art-Show lautete *Artistic activities in the Country-side*. Mit der Einladung zu seiner Mail Art-Show wandte er sich speziell an diejenigen im Netzwerk, deren Arbeiten sich entweder bedingt durch eine ähnliche Lebens-

und/oder Arbeitssituation und/oder anderweitig als Werke künstlerischer Umtriebe auf dem Land charakterisieren lassen. Die Einladung zeigte eine kopierte und partiell handkolorierte Collage aus Text und Bild im A4-Format,⁴² in die er einen Ausschnitt von *Auf der Suche nach Edelweiss zu Tode gestürzt* eingearbeitet hatte (Abb. 67 a). Ohne Kenntnis über die Hintergründe der Arbeit *Auf der Suche nach Edelweiss zu Tode gestürzt* von 1980 erschloss sich der adressierten Person allerdings nicht, dass der Künstler mit dem Bild und dem Untertitel auf die regionale und die damit erschwerte Ausstellungssituation für Kunstschaffende in St. Gallen und Umgebung anspielte. Wenn auch versteckt, stellte Fricker mit dem Aufruf über das Hinzufügen von *Auf der Suche nach Edelweiss zu Tode gestürzt* somit zugleich die Frage, wie sich die Situation für Mail Artisten andernorts darstellte. Die im Netzwerk zirkulierenden Bilder und Sprüche gaben oftmals Rätsel auf. Vor allem die Herstellung von eigenen Briefmarken und Stempeln zwang die Produzierenden dazu, sich in ihren Äußerungen zu beschränken. Häufig beinhalten Artistamps, die sich in den meisten Fällen aus Bild, Text und Zahl zusammensetzen, Botschaften. Diese konnten von der Leserschaft jedoch nicht immer vollends dekodiert werden. Die Fülle an Informationen, die im Netzwerk der Mail Art ausgetauscht wurde, stellte, vergleichbar mit den heutigen sozialen Medien im Internet, die Teilnehmenden vor große Herausforderungen, zumal sich im Netzwerk der Mail Art oftmals Fiktion und Realität vermischten. Wollte die Empfängerin oder der Empfänger die näheren Hintergründe erfahren, bedurfte es nach der Regel oftmals einer Recherche. Der im Netz beteiligte Kunstkritiker und Beobachter der Szene Peter Frank berichtete: „However, mail art makes possible the broad worldview, because it brought in people participating from South America, Eastern Europe, Australia and parts of Africa, all of which had their own social and political issues“.⁴³

Mail Art stellte zuweilen ein Hilfsmittel dar. Auf kreative und künstlerische Art und Weise wurden persönliche sowie gesellschaftliche Anliegen global verbreitet. Damit konnten in der Öffentlichkeit nur am Rande verhandelte Themen durchaus auch internationale Aufmerksamkeit erfahren. Mit seinen Markenbögen, mit denen Fricker verkündete, dass er nie in Afrika und auch nie in China gewesen sei, machte er hingegen auf eine für ihn wesentliche Schwierigkeit aufmerksam, nur erschwerte eine Haltung zu Themen aus fremden Ländern einnehmen zu können, die er weder bereist noch auf andere Weise näher kennengelernt hatte (Abb. 79 a, b).⁴⁴



Abb. 79 a] WE HAVE NEVER BEEN IN AFRICA, 1994, perforierte Einzelmarke, 4,8 × 4,8 cm, Zusammenarbeit mit Thomas Zander aus dem Markenbogen *Africa*, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 4.70.

Abb. 79 b] ich war noch nie in China, 1991, perforierte Einzelmarken mit chinesischen Zeichen, 2,9 × 2,6 cm, 2,8 × 2,8 cm, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden.

Mail Art Then and Now – Der Beginn einer Historisierung

Franklin Furnace in New York richtete vom 18. Januar bis zum 10. März 1984 die Mail Art-Show *Mail Art Then and Now* aus. Im selben Jahr erschien das Buch *Correspondence Art. Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. Sowohl das Buch als auch die Mail Art-Show befassten sich mit den Anfängen und Entwicklungen des internationalen Netzwerks der Mail Art und offenbarten erste Bestrebungen einer Historisierung dieses Phänomens. Dieser Versuch wurde in der Szene kontrovers aufgefasst. Einige Mail Artisten verstanden das Vorhaben, Mail Art zu beschreiben und zu interpretieren, als eine Handlung, die automatisch zu Ausschlüssen führe und deshalb gegen die demokratisch offene und prozesshafte Struktur des Netzwerks sei, weshalb es innerhalb des Netzwerks zu Protesten kam.⁴⁵ Hingegen kann die intensive Beschäftigung mit der eigenen Geschichte, die in eine Zeit fiel, als das Netzwerk sich entwickelte und mit Neulingen konfrontiert wurde, die womöglich unerfahren waren und keinen direkten Bezug zur New York Correspondance School of Art aufwiesen, auch als ein notwendiger Schritt verstanden werden, die im Netzwerk bestehenden Grundprinzipien wie Egalität sowie die Tausch- und Schenkultur für die Zukunft aufrechterhalten zu wollen. Die 1980er-Jahre im Netz können zusammenfassend als eine Zeit der Selbstreflexion und -historisierung bewertet werden.⁴⁶ Die Quellenlage ist nicht unproblematisch, da es in der Auseinandersetzung mit Mail Art besonders kritisch zu überprüfen gilt, inwieweit die Selbsthistorisierung und die Selbstaussagen der Mail Artisten nicht einer eigenen Mythen- und Legendenbildung dienen.

Das Buch *Correspondence Art. Source Book for the Network of International Postal Art Activity* – eine Anthologie – wurde von Michael Crane und Mary Stoflet herausgegeben. Dabei handelte es sich um den zweiten Band, der in der Reihe *Contemporary Documents: A series of comprehensive resource books for new art* veröffentlicht wurde. Die Entscheidung für den Titel des Buches fiel auf den Begriff Correspondence Art, da dieser nach Angaben von Crane den im Netzwerk stattfindenden Austausch deutlicher hervorhebe, obwohl Correspondence Art im gesamten Buch gleichbedeutend mit Mail Art verwendet wurde.⁴⁷ Über die Titelauswahl wurde zudem eine Verbindung zu Ray Johnsons New York Correspondance School of Art lesbar, die als wesentlicher Impulsgeber für die Entstehung des internationalen Netzwerks der Mail Art gilt. Den Texten im Buch vorausgehend wurden mit dem Titel wie auch über das gewählte Coverbild erste Hinweise zum Ursprung des Phänomens Mail Art geliefert. Das Cover zeigt, angedeutet als vergrößerte Briefmarke, eine Nahaufnahme eines rotgeschminkten Mundes

einer Frau, die mit ihrer Zunge eine blaue Briefmarke benetzt (Abb. 80). Die blaue Briefmarke ist eine Hommage an Yves Klein und bezieht sich auf dessen Serie blauer Briefmarken, die er für den Versand von Einladungskarten zur Eröffnung seiner Doppelausstellung *Yves Klein, Propositions Monochromes* in den Galerien von Colette Allendy und Iris Clert in Paris im Mai 1957 gebrauchte. Die blaue Briefmarke machte Yves Klein zu einem Pionier von Artistamps. Hingegen können die roten Lippen als ein Sinnbild für Erotik auf die in der Mail Art-Szene mitunter vorkommenden Darstellungen erotischer Bilder verstanden werden. Das Cover verwies somit zum einen auf einen bedeutenden Wegbereiter für die Verwendung selbstgestalteter Briefmarken im Kontext der Kunst und zum anderen auf die im Netzwerk kursierenden Artistamps, mit denen Mail Artisten zuweilen die Grenzen des Machbaren und Erlaubten testeten.⁴⁸ Robert Rudine erklärte, dass im Mail Art-Netzwerk schon allein deshalb viele erotische Bilder zirkuliert seien, da es bei der Herstellung von Artistamps im Gegensatz zu den amtlichen Briefmarken bei der Wahl der Bilder keine Einschränkungen gegeben habe. Einige Mail Artisten reizte es daher besonders, mit dem vermeintlich offiziell Verbotenen zu spielen.⁴⁹

In vier Hauptteile gegliedert, widmet sich *Correspondence Art. Source Book for the Network of International Postal Art Activity* der Definition von Correspondence Art, ihrer Herkunft und Verbreitung sowie zentralen Ausstellungen und Publikationen. Mit zahlreichen Abbildungen und Textbeiträgen mehrerer Autorinnen und Autoren, von denen der Großteil aktiv im Netzwerk tätig war, umfasst die Textsammlung zudem Nachdrucke von Artikeln und Aufsätzen, die vor 1984 veröffentlicht wurden. Enthalten sind u. a. ein Auszug aus *Mail Art: Communication, A Distance Concept* von Jean-Marc Poinot 1971 sowie der 1972 im *Rolling Stone* publizierte Artikel „New Art School: Correspondence and Correspondence Art“ von Thomas Albright. Beide trugen wesentlich zur Bekanntmachung der Kunstform und zur Ausweitung des Netzwerks bei. Zu den beteiligten Autorinnen und Autoren gehörten u. a. Anna Banana, James Warren Felter und Peter Frank, die für die vorliegende Forschungsarbeit interviewt wurden.⁵⁰

Einen wertvollen Überblick über wegweisende Publikationen, Ausstellungen und beteiligte Künstlerinnen und Künstler liefert der Anhang mit Bibliografie. Michael Crane und Mary Stofflet hatten damit eine erste wesentliche Grundlage für eine Auseinandersetzung mit dem Thema Mail Art geschaffen.

Während der Herstellung des Buches befand sich die Ausstellung *Artists' Stamps and Stamp Images* noch auf Tour. Diese Ausstellung zeigte einerseits Künstlerbriefmarken, andererseits präsentierte sie großformatige Bilder, die gestalterisch an Briefmarken angelehnt waren. Dazu entstand auch ein Katalog, dessen Einleitungstext des Organisators James Warren Felter ebenfalls in die

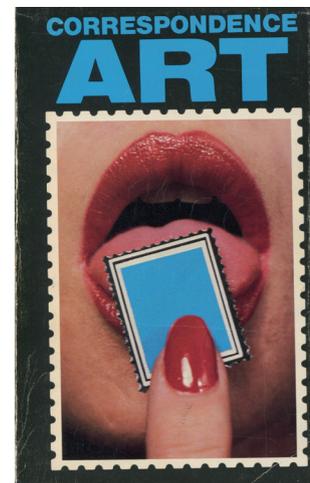


Abb. 80] Buchcover von *Correspondence Art. Source Book for the Network of Postal Art Activity* (San Francisco, USA: Contemporary Arts Press 1984).

Textsammlung von Crane und Stofflet aufgenommen wurde. 1974 hatte James Warren Felter in seiner Funktion als Gründungsdirektor und Kurator der Simon Fraser University Gallery in Burnaby, British Columbia, Kanada (1972–1985)⁵¹ die Wanderausstellung *Artists' Stamps and Stamp Images* organisiert, die im Oktober 1974 eröffnete und im Anschluss für zehn Jahre in fünf verschiedenen Ländern gezeigt wurde.⁵² Nachdem Felter im Vorfeld beobachtete, dass an unterschiedlichen Orten Kunstschaffende mit der Gestaltung und mit Bildern von Briefmarken arbeiteten, begann er, Nachforschungen anzustellen. Erste bedeutende Kontakte erhielt er über Dana Atchley. Weitere Kontakte entstanden über Ken Friedman, dem Initiator des Projekts *Omaha-Flow-System*. Zusätzlich schaltete Felter einen Aufruf im *artworker newsletter* in New York.⁵³ Seine Recherche und Planung für die Ausstellung sowie sein Austausch mit Dana Atchley und Ken Friedman ließen Felter auf das bereits bestehende Netzwerk der Mail Art aufmerksam werden. In diesem Netzwerk wurde er unter dem Decknamen *FIVE/CINQ Unlimited* ab 1974 aktiv. Sein Hauptinteresse galt dabei von Anfang an dem Medium Artistamp.

Für die enorme Ausweitung des internationalen Netzwerks der Mail Art zu Beginn der 1970er-Jahre waren vor allem Ausstellungen und Publikationen von großer Bedeutung, die die Aufmerksamkeit auf die Kunstform richteten und Adresslisten veröffentlichten. Es kam zu Zusammenschlüssen bereits bestehender Subnetzwerke. Darüber hinaus generierten sie neue Mitgliedschaften.⁵⁴ Die erste Generation von Mail Artisten bildeten die Protagonisten der New York Correspondance School of Art um Ray Johnson sowie Mitglieder der Fluxus-Bewegung und des Nouveau Réalisme.⁵⁵ In seinem Text über Mail Art in Japan betonte Held Jr. den Einfluss von Johnson sowohl auf Fluxus als auch auf die japanische Gutai-Gruppe. Er schrieb:

„Based on the activities of Ray Johnson and Fluxus, an ‚eternal network‘ of artists coming and going, was established and flourished in the post via correspondence, artist periodicals, zines, books using rubber stamps, visual poetry, and other means of artistic mediums marginalized by the mainstream“.⁵⁶

In das Netzwerk strömten verschiedene künstlerische Verfahren. Auch waren die Beweggründe, sich dem Netzwerk anzuschließen, sehr vielseitig. Albright nannte in seinem 1972 im *Rolling Stone* veröffentlichten Artikel als mögliche im Netzwerk anzutreffende Personengruppen „Dichter, Designer, Fotografen, Typografen, Architekten, Psychologen, Pädagogen oder Witzbolde sowie Personen mit Bezügen zu den Kunstrichtungen Minimal Art, Konzeptkunst oder

Happening“.⁵⁷ Albright betonte mit dieser Liste zum einen die im Netz zu findende Vielfalt an unterschiedlichen Stimmen, zum anderen verwies er, indem er Prankster (Witzbolde) ebenfalls erwähnte, insbesondere auf die spaßigen und witzigen Kommentare und Aktionen im Netz. Auch die Einflüsse, die von den verschiedensten Kunstrichtungen auf das Netz wirkten, sprach Albright damit an.

Das Recycling und Verbauen von Vorgefundenem oder Abfallmaterialien, die Collagetechnik und Fotomontage, der Einsatz von Sprache und Stempeln oder Fotokopien sowie die Vorstellung, dass allein eine Idee den Gegenstand eines Werkes bilden könne, wie es die Konzeptkünstlerinnen und -künstler propagierten, indem diese nicht mehr Objekte, sondern Ideen produzierten und zu Kunst deklarierten, deuteten auf Verbindungen zu unterschiedlichen Kunstrichtungen und Traditionen hin. Als bedeutende Vorläufer und Einflüsse führte Crane in seinem Text über die Anfänge und Ursprünge von Correspondence Art Dada, Fluxus, Nouveau Réalisme, Konzeptkunst, Konkrete Poesie sowie Lautpoesie, Arte Povera und Copy Art an.⁵⁸ Über den postalischen Weg tauschten Mail Artisten nicht nur Bilder und Texte aus, sondern auch Partituren und Anweisungen für Gemeinschaftsarbeiten, wie Crane schrieb. Dabei setzte er die im Netzwerk zur Weiterbearbeitung versandten Tonbandaufnahmen in eine direkte Verbindung zur Klangpoesie.⁵⁹ Im Netzwerk der Mail Art mischten sich mannigfache Kunstströmungen und -richtungen. Diese verwischten die Grenzen. Folglich wurde eine präzise Verortung von Mail Art unmöglich. Mail Art existierte nahezu in allen Formen und Variationen und entzog sich aufgrund ihrer vielen Facetten geradezu einer Ein- und Zuordnung.⁶⁰ Felter erklärte: „Mail art is mail art. It comes in all shapes, seizes and varieties“.⁶¹

Für die Darstellung der Entstehungsgeschichte des internationalen Netzwerkes der Mail Art unterteilte Crane die Zeitspanne von 1958 bis 1976 in vier wesentliche Entwicklungsstufen, über die er eine geographische Ausweitung ausgehend von Europa und der Ost- und Westküste der USA ab den 1950er-Jahren hin zu einem weltumspannenden Netzwerk ab 1976 zeichnete. Diese Aufteilung wiederholte er in verkürzter und verdichteter Form in dem von Ronny Cohen mit ihm geführten Interview, das 1984 im *Flue Magazin* erschien. Der Begriff *generation*, wie Crane ihn dort verwendete, muss aufgrund der von Crane angegebenen zeitlich kurzen Abstände und angesichts der Tatsache, dass Teilnehmende aus der vermeintlich ersten Generation teilweise über mehrere von diesen von Crane angeführten Abständen aktiv blieben, aus dem Englischen mit Entwicklungsstufe oder Phase übersetzt werden. Nach Crane fand die zweite Entwicklungsstufe zwischen 1968 und 1973 statt. Diese

Zeitspanne beschrieb Crane als eine Phase, in der Künstlerinnen und Künstler aktiv auf der Suche nach alternativen Kommunikationsmitteln waren und sich die Mail Art als internationales Netzwerk von Künstlerinnen und Künstlern etablierte. Nach Crane läuteten zwei große Mail Art-Ausstellungen eine dritte Phase von 1973 bis 1976 ein: zum einen die Ausstellung der New York Correspondance School im Whitney Museum of Art in New York, die bereits 1970 ausgerichtet wurde, zum anderen die von Ken Friedmann lancierte Mail Art-Show *Omaha-Flow-System* in Omaha, Nebraska, die aufgrund ihrer auf Gleichheit bedachten Durchführung zum Vorbild für darauffolgende Mail Art-Shows wurde.⁶² Anhand der von Crane vorgenommenen Einteilung wird deutlich, dass eine klare Trennung der Phasen schwer möglich ist. Vielmehr waren die von ihm beschriebenen Übergänge fließend und teils überschritten sie sich. Die Zeit nach 1976 bestimmte Crane als eine Zeit, in der die Mitgliederzahl im Netzwerk stark anstieg. Teilnehmende erforschten neue Medien. Auch fand eine Spezialisierung auf im Netzwerk bereits bestehende Bereiche statt. Die 1984 in New York von Ronny Cohen geleitete Mail Art-Show *Mail Art Then and Now* wurde nicht mehr in seiner Darstellung berücksichtigt, die gemeinsam mit der von ihm mit herausgegebenen Anthologie als ein weiterer bedeutsamer Einschnitt im Netzwerk der Mail Art gedeutet werden kann. Sowohl das Buch als auch die Ausstellung markierten ein zunehmendes Interesse für die Anfänge von Mail Art und deren Vorläufer. Zugleich kennzeichnete die Debatte, die sich an der von Cohen kuratierten Ausstellung entfacht hatte, die ablehnende Haltung der Mail Artisten gegenüber einer Präsentation ihrer Kunst in traditioneller Art und Weise, wie an späterer Stelle noch erläutert wird.

Abseits der herkömmlichen Kunstinstitutionen bot das Netzwerk ein alternatives System zu Galerien und Museen. Mail Art trat weiterhin über den persönlichen Austausch zwischen Sendenden und Empfangenden, Kunstschaffenden und Rezipierenden hauptsächlich in privaten oder halböffentlichen Bereichen in Erscheinung. Mail Artisten nutzten das Netz auch zur Verbreitung von Arbeiten, mit denen sie bisweilen bestehende Situationen in Gesellschaft und Politik kritisierten. Das Netz fungierte somit gleichsam auch als eine Bühne für persönliche Protestaktionen. Der Zusammenschluss zu einem internationalen Netzwerk, in dem unterschiedliche Persönlichkeiten und Meinungen aufeinandertrafen, verwies außerdem auf ein gesteigertes Bedürfnis und den Wunsch nach Austausch und Kommunikation mit globaler Reichweite, die Galerien und Museen nicht in gleicher Weise bieten konnten.⁶³ Obwohl Mail Art-Ausstellungen auch in Galerien stattfanden, konnten diese mit ihrer für gewöhnlich kommerziellen Ausrichtung den im Netzwerk zu beobachtenden Entwicklungen und Anforderungen kaum entsprechen. Thomas Albright schrieb, dass sich

etablierte öffentliche Kunstgalerien zu langsam entwickeln würden und daher nur wenig Hoffnung bestünde, dass sie zu Zentren von Energien und Informationen würden.⁶⁴

Ungeachtet dessen gewann die Kunstform an Popularität und Öffentlichkeit und die ab den 1970er-Jahren merklich steigende Bekanntheit veranlasste Crane zu der Annahme, dass Mail Art nicht mehr eine Aktivität im Untergrund darstelle.⁶⁵ Aufgrund der nichthierarchischen Organisation und der alle Teilnehmenden einbeziehenden Ausstellungsmethode, die eine Alternative und Gegenbewegung zum herkömmlichen Kunstsystem bildete, blieb dennoch eine Beziehung zwischen Mail Art und der Underground-Kultur unverkennbar.

Chuck Welch schrieb:

„What is new in networking is often an antithesis to what is fashionable in the art market. Indeed, some of the activity which permeates the ethereal networking realms is anarchist, subversive and utopian, forged from the twentieth-century traditions of Dada, Lettrism, Cobra, Fluxus, Situationism, and arte povera“.⁶⁶

Ende der 1960er-Jahre existierte auch in der Schweiz eine Verbindung zur Mail Art. In der Schweiz war für die Bekanntmachung von Mail Art insbesondere die Gruppe Ecart in Genf von Bedeutung, die 1969 von John M. Armleder zusammen mit Patrick Lucchini und Claude Rychner gegründet wurde. Die Gruppe pflegte Kontakte zur Fluxus- und zur Mail Art-Bewegung. Über die künstlerische Tätigkeit hinaus war sie zudem als Galerie und Verlag tätig.⁶⁷ Als wesentliche Wegbereiterinnen und Wegbereiter sowie Vertreterinnen und Vertreter von Mail Art in der Schweiz gelten außerdem Dieter Roth, zu dessen Bekanntenkreis u. a. Dick Higgins und Robert Filliou zählten, und Ben Vautier, der 1965 mit seiner Postkartenserie *The Postman's Choice* im Netzwerk Aufmerksamkeit erfuhr. Des Weiteren ist mit Ernst Buchholz und Janos Urban⁶⁸ sowie Gérald Minkoff und Muriel Olesen die 1936 in Basel geborene Schweizer Künstlerin Regula Huegli zu nennen, die neben Malerei, Zeichnung, Radierung und dem Erstellen von Künstlerbüchern auch Mail Art als Ausdrucksform nutzte.⁶⁹ Ruedi Schill, der wie Fricker Kurse an der F+F belegte und der 1971 in seiner Geburtsstadt Luzern die Galerie Apropos gründete, beschäftigte sich nebst Performance, Konzeptkunst, Film- und Videokunst auch mit Mail Art.⁷⁰ Von 1975 bis 1980 erschien vierteljährlich die Mail Art-Zeitschrift *Soft Art Press*, die von Max Bucher und Noemi Maidan in Lausanne herausgegeben wurde. Fricker erinnerte sich, dass, als er sich Anfang der 1980er-Jahre dem Netzwerk anschloss, der Name John M. Armleder in den im Netz kursierenden Adresslisten schon nicht mehr auftauchte,

während der ungarische Künstler und Mail Artist Janos Urban, der als politischer Flüchtling 1956 in die Schweiz gekommen war, dort zu lesen war. Auch Serge Stauffer muss mit seiner Postkartenserie *Post Card-ready made in Europe* (1955–1957)⁷¹ im Zusammenhang mit Mail Art in der Schweiz erwähnt werden. Er bezeichnete Mail Art 1979 als eine mögliche Kunstform von zukunftsweisender Bedeutung.⁷² Trotz dieser bereits ab den 1960er-Jahren bestehenden Verbindungen von Schweizer Künstlerinnen und Künstlern zum internationalen Netzwerk der Mail Art beschäftigte sich Fricker erst ab Anfang der 1980er-Jahre mit dem Thema Mail Art.

Einen Einblick in die Mail Art in der Schweiz, über Vertreterinnen und Vertreter sowie Ausstellungen und Galerien, zu denen die Galerie Ananas in Aarau zählte, lieferte die Publikation zur Sonderausstellung *Mail-Art. Netzwerk der Künstler* im Schweizerischen PTT-Museum in Bern, heute Museum für Kommunikation.⁷³ Die Ausstellung und Publikation entstand 1994 unter der Leitung von Karl Kronig in Zusammenarbeit mit den Mail Artisten Fricker, Günther Ruch und M. Vänçi Stirnemann. Günther Ruch erlangte über seine Editionen und Magazine im Netzwerk große Anerkennung. In der seit 1973 von Ruch geleiteten Edition *Out Press* erschien 1995 als eine kooperative Arbeit von Ruch mit Fricker, Peter W. Kaufmann, Vänçi M. Stirnemann und Marcel Stüssi in einer Auflage von hundert Exemplaren ein Heft, das mit Angaben zu ihren Personen eine kleine Auswahl ihrer Arbeiten zeigte. Zu Beginn ist ein Ausschnitt aus dem Text „Mail Art in der Schweiz“ eingefügt, der ein Jahr zuvor für die Sonderausstellung *Mail-Art. Netzwerk der Künstler* erschienen war. Günther Ruch war seit Anfang der 1970er-Jahre ein aktives Mitglied im Netz. Fricker, Vänçi M. Stirnemann⁷⁴ und Marcel Stüssi stiegen hingegen Anfang der 1980er-Jahre ein und Peter W. Kaufmann wurde erst 1989 ein Mitglied. Fricker zählte mit seinem Beitritt in das Netzwerk somit zu einer jüngeren Generation von Mail Artisten. Erst mit dem Auflösen seines regionalen Netzwerks in St. Gallen begab er sich auf die Suche nach neuen Möglichkeiten für einen Austausch mit Künstlerinnen und Künstlern, die ihn in das internationale Netzwerk der Mail Art führte. Damit ergaben sich für Fricker auch neue Kontakte innerhalb der Schweiz. Besonders fruchtbare Zusammenarbeiten entwickelten sich für ihn vor allem mit Günther Ruch, mit dem er 1986 zum ersten weltweiten dezentralen Mail Art-Kongress aufrief, und mit Peter W. Kaufmann. Gemeinsam mit Kauffmann hatte Fricker 1992 den zweiten weltweiten dezentralen Mail Art- und Networker-Kongress lanciert (siehe *Tourism and Decentralized World Wide Mail Art and Networker Congresses*).

Mail Art – eine Schule

Das Netzwerk der Mail Art etablierte sich zu einer Plattform für Menschen aus den unterschiedlichsten Ländern und Kulturkreisen, die im Netz bisweilen ihre persönlichen sowie länderspezifischen sozialen und für sie politisch relevanten Themen und Fragen kreativ verhandelten und die durch ihre Mail Art-Sendungen über die eigenen Landesgrenzen hinaus das Netzwerk auf bestimmte Themen aufmerksam machten.⁷⁵ Judith Hoffberg betonte:

„Mail art became a vehicle for free expression of global concerns: the environment, repression by some governments, the women’s movement, travel, free speech, etc. Mail art created new friends, formulated bridges of understanding, broke down language barriers, and sometimes even developed great events [...]“⁷⁶

Dies hatte zur Folge, dass das Mail Art-Netz den Teilnehmenden Einsichten in verschiedene Lebens- und Arbeitswelten gestattete und mitunter neue und komplexere Sichtweisen auf die Welt eröffnen konnte. Das Netzwerk bot einen Ausgangspunkt für persönliche Kontakte und eine interkulturelle Öffnung. John Held Jr. schrieb: „Mail art can often serve as a springboard. Postal relationships result in personal contacts and are used for opening cultural and social purposes“⁷⁷

Es ist in Ansätzen durchaus mit den heutigen sozialen digitalen Netzwerken vergleichbar. 1982, als Fricker seine erste Mail Art-Show in seinem Wohnhaus ausrichtete, erklärte er die Bedeutung des Austauschs im internationalen Netzwerk der Mail Art für ihn wie folgt:

„Fast täglich erhalte ich Einladungen zu Ausstellungen. Das zwingt mich dazu, mich mit Problemen anderer Länder zu beschäftigen, es kommt zu Auseinandersetzungen, zur Selbstfindung. Wesentlich ist die Bereitschaft, auf andere einzugehen, sich einzufühlen“⁷⁸

Darüber hinaus ermöglichte das Netzwerk der Mail Art den Teilnehmenden einen Zugang zu neuen Kontakten mit Personen aus fremden Ländern und Kulturen. Das Netzwerk überwand Ländergrenzen und diente der Verbreitung von Botschaften.⁷⁹ Zuweilen versuchten Mail Artisten gezielt, über ihre Aktivität im Netzwerk eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen und anderen Zugriff auf eventuell nicht so leicht zugängliche Informationen zu ermöglichen.⁸⁰ Die im Netzwerk kursierenden Symbole und Bilder, mit denen Mail Artisten zum Teil

auf sehr spezifische Themen anspielten, waren allerdings nicht für alle gleichermaßen verständlich, sodass einige Empfängerinnen und Empfänger mitunter aufgefordert waren, eigene Recherchen und Untersuchungen anzustellen. Aufgrund der Vielzahl an im Netzwerk kursierenden Bildern und Arbeiten war dies jedoch nur vereinzelt machbar. Das Netzwerk, in dem Informationen jeglicher Art ausgetauscht wurden, war gleichsam ein Ort für Aus- und Weiterbildungen. Dabei ging es den Mail Artisten jedoch nicht zwingend um einen sinnstiftenden und ernsthaften Austausch, vielmehr veranschaulichten die im Netzwerk zirkulierenden Arbeiten einen oftmals spielerischen Aspekt. Mail Artisten reagierten häufig sehr assoziativ aufeinander und es entstand neben Tiefgründigem auch viel Nonsense und Komisches. Gelegentlich wurden Mail Artisten durch die im Netz kursierenden Ausschreibungen aufgefordert, für sie ungewohnte Ausdrucksmittel zu verwenden. Nebst der Möglichkeit, im Netzwerk neue Erfahrungen zu sammeln, wurde Mail Art, wie Robert Rehfeld 1977 mit seiner Postkarte *YOUR IDEAS HELP MY IDEAS* treffend formulierte,⁸¹ gewissermaßen zu einem Vehikel für Denkanstöße. Mail Art konnte ferner für die Entwicklung von neuen Ideen und Arbeiten wesentlich sein. Für Fricker wie auch für viele andere Mitglieder des Netzwerks war der im Netzwerk der Mail Art mit internationaler Reichweite getätigte Austausch von Ideen, Themen und Medien im Hinblick auf die Produktion neuer Werke und auf die künstlerische Entwicklung besonders wertvoll.

Vittore Baroni betonte:

„Mail art borders and crosses into other alternative fields of expression: underground music, literary/poetry magazines, graffiti and street art, street theatre and performance, the whole complex tradition of self-publishing, the surviving and metamorphosed fringes of the old counter-culture, etc. Therefore, the playful and ephemeral side of mail art is always balanced by more serious and lasting implications“.⁸²

Aus welchen Beweggründen auch immer sich Personen dem internationalen Netzwerk der Mail Art anschlossen, es forderte von allen – auch von denjenigen, die vornehmlich daran interessiert waren, Mail Art zu rezipieren – eine persönliche Beteiligung. Aus diesem Grund konnte die Kunst im Netzwerk, im Gegensatz zu einer Kunst, die Museen und Galerien präsentierten, eine ungewohnte und eine neue sinnliche Erfahrung eröffnen. Auch diejenigen, die sich eventuell nur für einen bestimmten Bereich im Netzwerk der Mail Art interessierten und sich auf diesen konzentrierten, wurden im Netzwerk mit teils für sie fremden Medien, Praktiken und Themen konfrontiert. Die Bedeutung und die Leistung

des internationalen Netzwerks im Hinblick auf künstlerische wie auch persönliche Entwicklungen von einzelnen Teilnehmenden dürfen daher nicht unterschätzt werden.⁸³ In Bezug auf seine Erfahrung als Mail Artist erzählte Robert Rudine:

„It broadens my horizons, I was never trained as an artist and I would never have considered myself to be an artist, but the network encouraged me to explore things I would never have done, things like performance, sculpture, and film, and even some music, just because what came into my mailbox inspired me“.⁸⁴

Vor dem Entstehen des internationalen Netzwerks der Mail Art existierten bekanntermaßen schon Netzwerke von Künstlerinnen und Künstlern oder Künstlergruppen, die schriftliche und visuelle Botschaften über den postalischen Weg untereinander austauschten. Das Netzwerk der Mail Art entwickelte sich, wie bei Crane und Stofflet beschrieben, in den 1950er- und 1960er-Jahren aus bereits bestehenden Subnetzwerken von Künstlerinnen und Künstlern. Eine Besonderheit des internationalen Netzwerks der Mail Art bestand jedoch darin, dass es sich im Gegensatz zu den bereits bestehenden Netzwerken auch gegenüber Laien und unbekanntenen Personen und Personenkreisen öffnete. Einer der prominentesten Vertreterinnen und Vertreter der Kunstform war Ray Johnson, der – gemeinhin auch als „Grand Dada of Mail Art“⁸⁵ oder „Daddy Dada“⁸⁶ verehrt – als Vater der Kunstform angesehen wird.⁸⁷ Er kreierte ein Netzwerk, das sich aus ihm bekannten wie auch ihm fremden Personen zusammensetzte.⁸⁸ Innerhalb des Netzwerks brachte er nebst seinen Collagen, die er als MOTICOS bezeichnete, weitere Arbeiten von sich in Umlauf. Darüber forderte er die von ihm in seinem Netz aufgenommenen Personen mit „add and return“ zudem zum Reagieren und Mitmachen auf. Bereits 1955 umfasste seine Adressliste etwa zweihundert Personen.⁸⁹ Für das Netzwerk, das sich um die Person Ray Johnson gebildet hatte, führte Ed Plunkett 1962 den Begriff der New York Correspondance School of Art ein. Mit diesem Namen spielte Plunkett auf die New York School an,⁹⁰ die eine ab den 1940er-Jahren bestehende Gruppe aus Vertreterinnen und Vertretern des abstrakten Expressionismus in New York kennzeichnete. Wie die New York School war auch die New York Correspondance School of Art nicht im gebräuchlichen Sinne eine Schule, sondern vielmehr eine Bewegung, die von Ray Johnson ausging, der mit seinen Briefsendungen und seinen künstlerischen Aktivitäten in dem von ihm erschaffenen Netzwerk mehrere hundert Personen zusammenbrachte und diese in die Form der Korrespondenzkunst einführte.⁹¹ Im Netzwerk kursieren unterschiedliche Schreibarten von

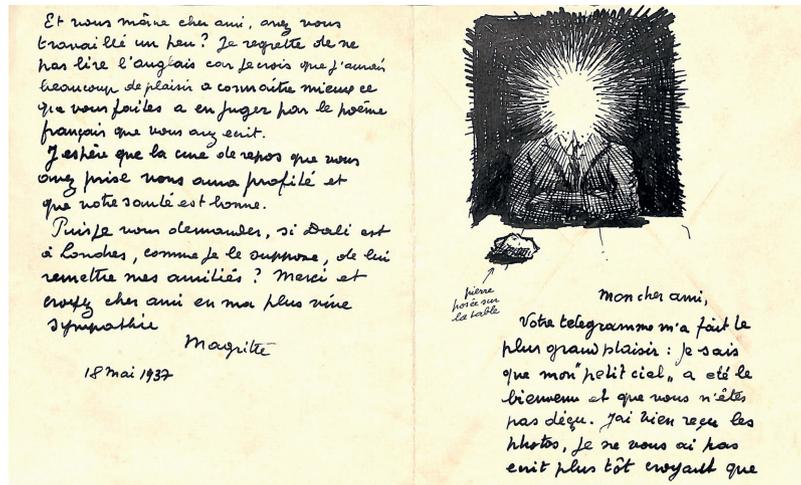
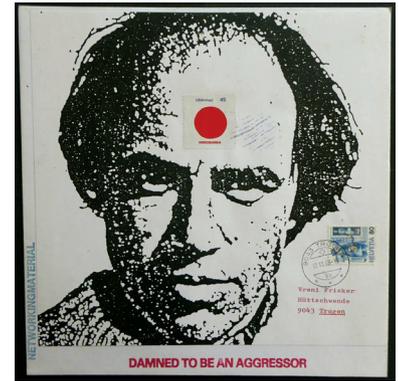
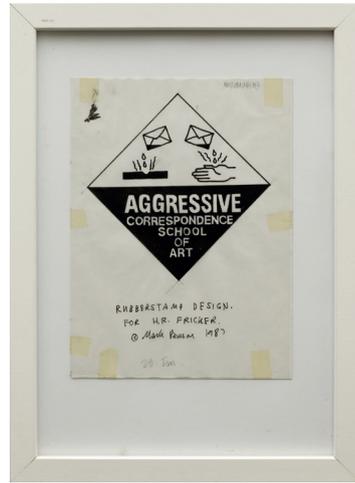


Abb. 81] Brief von René Magritte an Edward James mit Skizze zu *The Pleasure Principle*, 18. Mai 1937, Edward James Foundation © Pictoright Amsterdam 2020.

New York Correspondance School of Art, etwa New York Correspondance School oder die abgekürzte Schreibweise NYCS. Während die Umwandlung von *Correspondance* zu *Correspondance* den das Netzwerk charakterisierenden spielerischen und tänzerischen Tausch von Werken unterstrich, fanden sich neben der korrekten Schreibweise *Correspondance* auch die Umwandlungen zu *Correspondence* oder *Correspondunce* als ironische Anspielungen auf die häufig im Netz aufkommenden spaßigen und unsinnigen Werke.⁹² 1972 wurde aus der Schule eine Universität. Ray Johnson teilte über einen Brief an die *New York Times* das Ende der Schule mit und unterzeichnete diesen nebst seiner typischen Signierung mit einem Bunny Head zusätzlich mit Buddha University. Damit erklärte Johnson eine Transformation seiner New York Correspondance School of Art zur Buddha University.⁹³ Ungeachtet Ray Johnsons Mitteilung, die nicht in der *New York Times* publiziert wurde,⁹⁴ zirkulierten im Netzwerk weiterhin Arbeiten mit einer direkten Bezugnahme auf seine Schule. Es fanden zudem Weiterentwicklungen und Umwandlungen statt, sodass zahlreiche Anspielungen und Hommagen an Ray Johnson im Netzwerk in Umlauf waren. Einige Mail Artisten der zweiten Generation erfuhren erst, als sie bereits mehrere Jahre im Netzwerk aktiv waren, von Ray Johnson und dessen Bedeutung für die Mail Art. Fricker, der seine ersten Kontaktadressen nutzte, um sich mit der Frage, was denn Mail Art sei, an das Netzwerk zu wenden, erhielt womöglich bereits über die ersten Zusendungen aus dem Netz Informationen und Hinweise zu Ray Johnson und der NYCS. Zumindest bediente sich Fricker schon kurz nach seinem Beitritt in ähnlicher Manier wie Johnson und wie viele andere Mail Artisten der Methode, mithilfe diverser Ausdrucksmittel wie Stempel oder Artistamps fiktive Institutionen oder Betriebe zu gründen und ein persönliches Markenzeichen zu gebrauchen, die gleichsam auf Johnsons New York Correspondance School of



Art und sein Bunny Head zurückgeführt werden kann. Als Fricker dem Netzwerk beitrug, überlegte er kurzzeitig, seine Mail Art-Aktivitäten im Namen eines Mail Art Office Trogen kurz M.A.O.T. auszuüben. Da er jedoch auch weiterhin außerhalb des Netzwerks in seinem regionalen Umfeld künstlerisch aktiv bleiben wollte, ergänzte er seine Anschrift stattdessen mit Büro für künstlerische Umtriebe auf dem Land. Zur Kennzeichnung seiner Tätigkeit gebraucht er bis heute diese Bezeichnung. Daneben entwickelte Fricker kurz nach seinem Eintritt ins Netz sein persönliches Logo. Dabei handelt es sich um eine Figur in Anzug mit Schlips und Kragen, deren Kopf aus einem um 180 Grad gedrehten Abbild seiner Pupille besteht, in der zwei Lichtreflexe diese wie ein Gesicht erscheinen lassen (Abb. 3).⁹⁵ Das Bild der Pupille war ein Ausschnitt aus seinem *Lebensraumzeichen*. In der zusammengesetzten Form erinnert das Logo an das Gemälde *The Pleasure Principle (Portrait of Edward James)*⁹⁶ von René Magritte (Abb. 81). Frickers Collage stellt aufgrund des Abbilds der Pupille gleichsam ein Selbstbildnis dar, das er durch konsequentes Einbringen in das Netzwerk zu seinem Markenzeichen machte. Gerald X. Jupiter-Larsen sagte, dass ihm in Bezug auf Frickers Mail Art sofort das Porträt von Fricker einfiel:

„Well, of course, it is the portrait, it is the reflection in the eye which I instantly think of [...] it is such a striking image, graphically it is so strong and when you figure out how it is made, you can't help to really love it, because it speaks on a few levels“.⁹⁷

Fricker bezog sich in einigen Mail Art-Arbeiten ganz konkret und unmissverständlich auf die Person Ray Johnson und auf die New York Correspondance School of Art, so beispielsweise mit der Marke aus seinem Markenbogen

Abb. 82 a] The Aggressive Correspondence School of Art, Stempel, 1985, Museum für Kommunikation Bern.

Abb. 82 b] DAMNED TO BE AN AGGRESSOR, 1987, Stempel-Entwurf für H. R. Fricker von Mark Pawson.

Abb. 82 c] The Aggressive Correspondence School of Art, 1988, Kuvert, 22 × 22 cm.



Abb. 83] Ida Schläpfer Fan Club, nach 1984, Stempel, 7 × 7 cm, angelehnt an die Fan-Club-Stempel von Ray Johnson, vgl. 3.10.

PANAMA, mit der er sein Wohnhaus als die wahre Schule für Korrespondenzkunst bezeichnete. In Anlehnung an die New York Correspondance School of Art eröffnete Fricker 1985, sich selbst als einen Aggressor bezeichnend, die *Aggressive Correspondence School of Art* (Abb. 82 a–c).⁹⁸ Ebenfalls bezeugt der Stempel *Ida Schläpfer Fan Club* (Abb. 83), den Fricker im Rahmen seiner Bemühungen um die Einführung des Frauenwahlrechts in Appenzell gebrauchte und mit dem er sich eindeutig auf die verschiedenen von Johnson kreierten Fanclubstempel bezog, dass Fricker sich mit der Arbeitsweise und dem Werk von Ray Johnson auseinandergesetzt hatte.

School is over now (Sorry Ray Johnson)

Ausgehend von einem gemeinsam mit Mark Bloch im Februar 1984 in New York verfassten Manifest erfand Fricker den Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)*, den er vornehmlich per Stempel im Netzwerk der Mail Art verbreitete. Fricker spielte damit eindeutig auf die Ray Johnson 1962 zugeschriebene New York Correspondance School of Art an, die Anfang der 1980er-Jahre noch aktiv zu sein schien. Obwohl Ray Johnson bereits 1972 in einem Brief an die *New York Times* das Ende der Schule verkündet hatte, entstanden weiterhin mit Bezugnahme auf die Schule diverse Images und Slogans. Fricker, der mit seinem 1981 erfolgten Beitritt ins Mail Art-Netzwerk einer neuen Generation von Mail Artisten angehörte, gedachte, eigene und neue Wege zu beschreiten und auch für andere zu eröffnen. Scherzhaft befreite er sich im übertragenen Sinn mit dem Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)* aus der Rolle des vermeintlichen Schülers bzw. Studenten Johnsons (Abb. 84). Mithilfe des Slogans hatte Fricker gewissermaßen ein Symbol kreiert, mit dem er eine neue Ära im Netzwerk ankündigte, in der die New York Correspondance School of Art beendet sei und das echte Leben beginne. Zugleich hob Fricker mit dem Stempel die herausragende Bedeutung von Ray Johnson als Wegbereiter und „Lehrer“ der Kunstform hervor. Während Fricker damit zum einen die Lossagung von der vermeintlichen Schule verkündete, gelang ihm mit dem Slogan zum anderen, seine Anerkennung für die Person Johnson auszudrücken und dessen Leistung für das Netz herauszustellen. John Held Jr. behauptete hingegen, dass es dem Netzwerk nicht wirklich gelungen sei, sich von der Persönlichkeit Johnson zu befreien: „Johnson let loose a flood of creativity that encircled the globe, but the activity has never been completely able to break free of the sheer force of his personality“.⁹⁹

Diese Auffassung von Held Jr. ist deshalb fraglich, da einige Mail Artisten der zweiten Generation erst Jahre später, nachdem sie längst im Netzwerk aktiv waren, von Ray Johnson erfuhren und sich folglich nicht von diesem emanzipieren



Abb. 84] Abdruck des Stempels SCHOOL IS OVER NOW (SORRY RAY JOHNSON) aus der *Tourism Review* Volume Number One, 1985, 7, vgl. 5.04.

Mark Bloch
P.O. Box 1500
New York, N.Y. 10009
(212) 982-8454

H.R. Fricker

Büro für künstlerische
Umtriebe auf dem Land
9043 Tragen Switzerland

New York City 23. Febr. 84

OPEN LETTER TO EVERYBODY IN THE NETWORK:

- 1) An important function of exhibitions and other group projects in the network is: to open channels to other human beings.
- 2) After your exhibition is shown and the documentation sent, or after you have received such a documentation with a list of addresses, use the channels!
- 3) Create person-to-person correspondence. The network is no longer a school, (sorry, Ray Johnson) it is real life now.
- 4) You have your own unique energy which you can give to others through your work: visual, audio, verbal, many others.
- 5) This energy is best used when it is exchanged for energy from another person with the same intentions.
- 6) The power of the network is in the quality of the direct correspondence, not the quantity.

We have learned this from our own mistakes.

H.R. Fricker
Mark Bloch

OFFENER BRIEF AN JEDEN IM "NETZWERK":

- 1) Eine wichtige Funktion von Ausstellungen oder anderen Projekten im Netzwerk ist: die Kanäle zu ändern Menschen öffnen.
- 2) Nachdem du eine Ausstellung organisiert, die Dokumentation verschickt oder selbst eine Dokumentation mit allen Adressen erhalten hast- gebrauche die Kanäle!
- 3) Kreiere "Korrespondenz von Person zu Person." Das "Netzwerk" ist heute keine "Schule" mehr (vergib uns- Ray Johnson) nun ist das Korrespondenz-Netzwerk wirklich.
- 4) Du hast deine ureigene Energie welche du ändern durch deine Arbeit uebermittelst: visuell, audio, verbal und viele andere.
- 5) Diese "Energie" ist am Besten verwendet wenn sie ausgetauscht wird, fuer Energien einer Person mit denselben Absichten.
- 6) Die Kraft des Netzwerkes liegt in der Qualitaet der direkten Korrespondenz, nicht in der Quantitaet.

Dies haben wir aus unsern Fehlern gelernt.

Mark Bloch
H.R. Fricker

Abb. 85] H.R. Fricker und Mark Bloch, Open Letter, verfasst in New York, USA, 1984.

mussten. Andererseits verwies Held Jr. damit auf eine Problematik in Bezug auf die Darstellung der Entstehungsgeschichte von Mail Art. Obgleich an mehreren Orten und von verschiedenen Personen zeitgleich mit den für die Mail Art typischen Medien im Kontext Kunst experimentiert wurde, also nicht mit Sicherheit bestimmt werden kann, wann und wo die Kunstform ihren Ursprung nahm, wird gemeinhin Ray Johnson als der Wegbereiter von Mail Art genannt.

Die Idee für den Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)* entwickelte Fricker zusammen mit Mark Bloch im Café Orlin im East Village New York 1984, wo er und Bloch zunächst in Stichpunkten auf Servietten ihre Gedanken zur Weiterbildung und Neubelebung der Mail Art-Szene festhielten, die sie im Anschluss am 23. Februar 1984 dem Netz in Briefform mitteilten (Abb. 85).

Als sie das Manifest verfassten, präsentierte Franklin Furnace in New York die Ausstellung *Mail Art Then and Now* und es fanden zwei Podiumsdiskussionen¹⁰⁰ in der Veranstaltungsreihe Artists Talk on Art¹⁰¹ zum Thema International

Abb. 86] NET-WORK-CITY / NEW-YORK-CITY, 1984, Markenbogen, Farbfotokopie, perforiert, 28 × 20 cm, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 4.28.



Mail Art in der 22 Wooster Street Gallery statt, von denen Fricker die erste Veranstaltung am 17. Februar 1984 besuchen konnte. Zu dieser Mail Art-Show hatte Fricker allerdings nichts eingereicht.

Die Veranstaltungsreihe Artists Talk on Art wurde 1975 als eine offene und demokratische Plattform für selbstständig organisierte Programmabende von Kunst- und Kulturschaffenden ins Leben gerufen.¹⁰² Organisator der beiden Diskussionsabende zum Thema International Mail Art, die parallel während der Mail Art-Show *Mail Art Then and Now* stattfanden, war der Maler und Mail Artist Carlo Pittore, bei dem Fricker während seines Besuches in New York wohnte.¹⁰³ Neben Carlo Pittore und Mark Bloch traf Fricker in New York u. a. Ken Friedman, Chuck Welch und E. F. Higgins III.¹⁰⁴ Noch während sich Fricker in New York aufhielt, fertigte er einen Markenbogen an, den er denjenigen Mail Artisten widmete, denen er dort begegnet war. Der farbkopierte und perforierte A4-Markenbogen (Abb. 86) besteht aus 16 Marken, die jeweils als zentrales Bild Frickers Icon in unterschiedlicher Größe und Farbgebung zeigen.¹⁰⁵ Die einzelnen Marken beinhalten jeweils unterschiedliche Namen von Mail Artisten sowie eine fingierte Frankierung, die von 40, 50 und 75 Rappen bis 1.– Franken reicht. Überschriften mit *NET-WORK-CITY/NEW-YORK-CITY*, liefern die seitlich gesetzten Randtexte auf dem Bogen Hinweise zum Hersteller (HR Fricker. Büro

für künstlerische Umtriebe auf dem Land. 9043 Trogen, Switzerland) und zur Datierung und Absicht des Künstlers (This ICON commemorative stamp sheet is dedicated to the mail-art friends I met in New York City Feb 1984). Dass Fricker den Markenbogen noch während seines Aufenthaltes in New York herstellte, hob er mit der auf dem Bogen gesetzten untersten Zeile hervor (HR Fricker East Village, N.Y.C.). Die farblich kopierten Bögen perforierte er bei E. F. Higgins III.,¹⁰⁶ dem er ebenfalls eine Marke im Bogen gewidmet hatte. Des Weiteren finden sich die Namen von Ken Friedman, Steve Random, The Gerlovins, Chester Kasnowski, Mark Bloch, Mark Wamaling, Alex Igloo, John Evans, J. P. Jacob, Ed Plunkett, Dislokate, CrackerJack Kid, Carlo Pittore sowie Ray Johnson, den Fricker zwar in New York nicht persönlich traf, mit dem er aber telefonierte, als er in New York war.¹⁰⁷ Bezugnehmend auf diesen Markenbogen erklärte Mark Bloch rückblickend auf die Zeit der 1980er-Jahre im Netz:

„Each period of mail art has certain people who are very active, and we later became the most active people, so Carlo and Hans Ruedi, all the people who were on the stamp sheet that he made when he came to New York, we became very vocal at that time“.¹⁰⁸

Nach eigener Aussage wollte Fricker mit dem Markenbogen, in dem er wiederholend das gleiche Bild seines Icons gesetzt hatte, seine Kritik an der Gesprächsrunde beim Artists Talk on Art zum Ausdruck bringen. Diese gehe seiner Meinung nach zu wenig auf die Kernanliegen der Mail Art-Szene ein und werde stattdessen von der Kritik an der Präsentationsform der Mail Art-Show *Mail Art Then and Now* und an dem kuratorischen Eingriff der Organisatorin der Show, Dr. Ronny Cohen, beherrscht.¹⁰⁹ Die Mail Art-Show bei Franklin Furnace¹¹⁰ zeigte entgegen ihrer Vorankündigung nicht alle Einsendungen gleichberechtigt; stattdessen wurden nur einige ausgewählte Werke an Wänden platziert, während andere Werke, in Ordnern abgelegt, mehr oder weniger unsichtbar blieben – einige Einsendungen fehlten ganz. Nach Pittore, der zu denjenigen Mail Artisten zählte, die insbesondere gegen die Vorgehensweise der Kuratorin protestierten, sei nur die Hälfte der eingegangenen Arbeiten gezeigt worden.¹¹¹ *Artforum* berichtete, dass zirka ein Drittel fehle.¹¹² In *The Village Voice* stand, Cohen habe den heiligsten Grundsatz der Kunstform verletzt, indem sie mindestens ein Drittel von über sechshundert Einsendungen zurückgewiesen habe,¹¹³ was bei den parallel zur Ausstellung stattfindenden Podiumsdiskussionen Artists Talk on Art zu einem regelrechten Streit zwischen den anwesenden Mail Artisten und der Kuratorin Cohen führte. Obwohl im Netzwerk der Mail Art im Grunde keine festgeschriebenen Regeln existieren, ist allgemein anerkannt, dass alle

im Netz beteiligten Personen und ihre Werke gleich zu behandeln sind. Pittore warf der Kuratorin vor, den für das Netzwerk wesentlichen und zentralen Leitsatz, alle Einsendungen ohne Ausschluss gleichberechtigt zu präsentieren, ignoriert zu haben. Cohen verteidigte die von ihr gewählte Präsentationsform damit, dass die vielen Zusendungen es ihr unmöglich gemacht hätten, alle Eingänge gleichberechtigt zu hängen. Aufgrund des Platzmangels schienen ihr für die von ihr nicht gehängten Arbeiten Loseblattordner als eine geeignete Alternative.¹¹⁴ Die Kritik an Cohen wies auf eine Schwierigkeit hin, mit der sich auch andere Organisatorinnen und Organisatoren einer Mail Art-Show auseinandersetzen mussten. Nachdem in den 1970er-Jahren Mail Art-Ausstellungen sowie Veröffentlichungen von Artikeln und Aufsätzen Mail Art zu einer beachteten Kunstform werden ließen, stieg die Teilnahmezahl und damit die Anzahl an Zusendungen zu den Mail Art-Shows, sodass ein Einhalten aller „Regeln“ (siehe Mail Art – eine kurze Einführung in die Kunstform) zunehmend erschwert wurde und es nahezu unmöglich wurde, allen gerecht zu werden.

Die Ausstellung *Mail Art Then and Now* bestand aus einer Auswahl von Mail Art-Beispielen und aus speziell für die Ausstellung zugesandten aktuellen Arbeiten von Mail Artisten, denen mit der Einladung ein Platz in der Ausstellung versprochen wurde. Da Cohen die Ausstellung explizit mit der Einladung bewarb, alle eingehenden Arbeiten zu zeigen, war die Empörung der Mail Artisten groß, als Cohen für die Ausstellung anscheinend eine Selektion der Einsendungen vornahm,¹¹⁵ die als eine Beurteilung von Mail Art wahrgenommen werden konnte. Die Hängung und Platzierung, mit der Cohen an gängige Ausstellungsmethoden anknüpfte,¹¹⁶ habe zwangsläufig zu einer Ordnung geführt, die eine Bewertung der Ausstellungsstücke suggerierte, so die Kritik. Pittore verfasste daraufhin einen offenen Brief an Cohen, den er während der zweiten Veranstaltung des Artists Talk on Art dem Publikum vorlas. Dabei soll er weitere Protestbriefe von Mail Artisten in seinen Händen gehalten haben.¹¹⁷ Pittore warf der Kuratorin vor, als Schiedsrichterin des Geschmacks die wesentliche Leistung der Mail Art missachtet zu haben. Er beschuldigte Cohen, eine Einteilung der Zusendungen in gute und schlechte Objekte nach vermeintlich kunsthistorischen Kriterien entwickelt zu haben, und er behauptete, dass nach ihrer Vorgehensweise im Grunde die ausgestellten Xerox-Arbeiten von Ray Johnson, trotz dessen Vorbildfunktion für Mail Art, ebenfalls keinen Platz in der Ausstellung hätten finden dürfen. Ferner unterstellte er Cohen, die Leistung der Kunstform und den Kern der Anliegen von Mail Art nicht verstanden zu haben.¹¹⁸ Auch stellte er die Qualifikation von Cohen infrage, eine Mail Art-Show ausrichten zu können, da sie seiner Meinung nach über keine Erfahrung mit Mail Art verfüge,¹¹⁹ weder durch aktive Teilnahme noch über die Beteiligung in einer

anderen Form im Netzwerk.¹²⁰ Für Mark Bloch lag der Fehler bei den Teilnehmenden, wie er rückblickend begründete: „Our fault lies with the fact that we willingly played the game with someone who doesn't know the rules“.¹²¹

Folglich hätte Cohen als ein Nicht-Mitglied keine Mail Art-Show ausrichten und Mail Artisten ihre Mail Art nicht an eine nicht im Netzwerk involvierte Person bzw. Institution schicken dürfen. Dass dies dennoch geschah, lag – zumindest nach Blochs Erklärung für seine Teilnahme – vermutlich daran, dass einige in der Ausstellung eine Chance erkannten, auf das Netzwerk aufmerksam zu machen, in dem jede oder jeder potentiell eine Künstlerin oder ein Künstler und alles potentiell Kunst ist, sodass bei der Ausstellung eigentlich allein die Betrachtenden über den Wert der Werke hätten entscheiden sollen.¹²² Im Nachhinein meinte Bloch, die Show hätte einen wesentlichen Wendepunkt für Mail Art bedeuten können:

„Bloch still sees Cohen as guilty of violating the ‚unwritten rules of mail art‘ she promised to follow but now questions those rules himself and regrets the divisive direction his actions took. He believes they hurt the mail art network at a critical (pun intended) juncture. ‚I'm sick of the mail-art-shoot-yourself-in-the-foot-school,‘ he once told Ray Johnson in reference to another incident. ‚You didn't learn that in my School,‘ Johnson appropriately replied. Today, Bloch continues to participate in ‚mail art‘ activities but in a limited fashion“.¹²³

Die vielen Zusendungen, die Cohen erhielt, lassen den Schluss zu, dass trotz der im Netz verbreiteten Kritik am Kunstsystem bei Mail Artisten durchaus der Wunsch nach Sichtbarmachung ihrer Aktivitäten und Öffentlichkeit bestand. An dieser Stelle sei angemerkt, dass sich die Personen, die dem Netzwerk angehörten, nicht immer gleich als Gegenseite des tradierten Kunstbetriebs verstanden. Es sei vor allem der Kunstbetrieb gewesen, der Mail Art vernachlässigte, meinte Ken Friedman. Dies sei ein Grund dafür, dass Mail Art im Vergleich zur allgemein beachteten Kunst besondere Freiheiten genossen habe. Friedman schrieb:

„The art-world neglected us, ignoring even those who tried to bridge the chasm of communication between the two world views. It meant we had a great freedom; it meant that there were no boundaries. If we weren't permitted to play the game that then defined the art-world, we were not obliged to play by the rules of the game“.¹²⁴

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, inwieweit es 1984 auch zu Protesten seitens der Mail Artisten gekommen wäre, hätte Cohen in der Ausschreibung zur Mail Art-Show nicht ausdrücklich angegeben, alle Eingänge zu zeigen.

Am 13. März 1984 erschien in *The Village Voice* ein Artikel mit der Überschrift „Mail Art Melee“, der vornehmlich über die zweite Diskussionsrunde zum Thema The New Cultural Strategy berichtete, die Lori Antonacci, Künstler und 1984 leitender Direktor des Artists Talk on Art,¹²⁵ seit Bestehen der Reihe als dramatischste und emotionalste Veranstaltung beurteilte. Aufgrund der vorherrschenden demokratischen Grundsätze der Programmabende erklärte Antonacci: „When a 1984 panel on ‚International Mail Art‘ decided to depose its moderator for the sin of ‚curating‘ a show, we didn’t intervene. The audience stayed and cheered“.¹²⁶

The Village Voice berichtete, dass es während der Veranstaltung zu gegenseitigen Anschuldigungen – zu einem verbalen Schlagabtausch – gekommen sei, bei dem ein Mann, als Satyr mit Panflöte verkleidet,¹²⁷ mit obszönen Gesten aufgetreten sei. Gemeint war damit Mark Bloch. Der sich über die Veranstaltung „entfesselte Zorn“¹²⁸ der Mail Artisten führte an diesem Abend zur Absetzung Cohens als Kuratorin und Moderatorin. Chuck Welch (CrackerJack Kid)¹²⁹ beendete sein an Cohen gerichtetes Statement, das er wie Pittore während der Veranstaltung vortrug, mit folgenden Worten: „We welcome you to remain as a member of this panel, however, you have lost your credibility as a spokesperson for mail art“.¹³⁰

Den Darstellungen zufolge wurde Cohen regelrecht aus dem Saal geworfen.¹³¹ Die Veranstaltung, bei der Mail Artisten gegen die Institutionalisierung der Kunstform protestierten und sich für ihre Ideale und ihre „sacred principles“¹³² einsetzten, fand zu jener Zeit statt, als Mail Art und das Netzwerk bekannter und größer wurden. Folglich könnte ein Grund für die vehemente und kompromisslose Verteidigung der Ideale durch die Mail Artisten beim Artists Talk on Art darin bestanden haben, die Glaubhaftigkeit ihrer Kunst, die vor allem auf Egalität fußt, nicht zu verlieren. Es ist anzunehmen, dass Mail Artisten wie Pittore und Welch besonders energisch die in der Mail Art-Szene zirkulierenden und allgemein gültigen Regeln (siehe Mail Art – eine kurze Einführung in die Kunstform) verfochten, wenngleich diese nur schwer vollumfänglich umsetzbar sind,¹³³ mit dem Ziel, Mail Art für die Zukunft zu sichern. Franklin Furnace widmete 1984 die Winterausgabe ihres Magazins *Flue* dem Thema „Mail Art Then and Now“.¹³⁴ Die Textbeiträge geben einen allgemeinen Einblick in die Kunstform. In dem Magazin waren zudem Texte von Cohens Kritikern Carlo Pittore, Mark Bloch und E. F. Higgins III. enthalten; auch fand sich darin ein von Cohen geführtes Interview mit Michael Crane, dem Mitherausgeber von *Correspondence*

Art. Source Book for the Network of International Postal Art Activity. Es bezeugt die für das Netzwerk nahezu charakteristische widersprüchliche Haltung. Nebst ihrem Anliegen, unabhängig und eigenständig zu handeln, bestand im Netz scheinbar gleichzeitig ein Wunsch nach Anerkennung.¹³⁵

Als Fricker die erste Podiumsdiskussion besuchte, konnte er die sich dort anbahnende Auseinandersetzung zwischen den Künstlerinnen und Künstlern und der Kuratorin beobachten. Diese endete schließlich während der zweiten Diskussionsrunde im „Rauswurf“ Cohens. Fricker, der nur die erste Diskussionsrunde besuchen konnte, erkannte dort bereits ein Bedürfnis der Beteiligten, Aspekte des Netzwerks und dessen Kernanliegen neu zur Diskussion zu stellen. Vermutlich ausgelöst durch diese Beobachtung, verfasste Fricker zusammen mit Bloch das Manifest. Dieses verbreiteten sie als offenen Brief einen Tag vor der zweiten Podiumsdiskussion im Netzwerk. Das Manifest ist in sechs Punkte gegliedert. Im ersten und zweiten Punkt gebrauchten die Verfasser das Wort Kanäle, die ihrer Meinung nach im Netzwerk geöffnet und genutzt werden sollten, womit sie vermutlich auf die zwischen den Korrespondentinnen und Korrespondenten liegenden Wege, die Zwischenräume und öffentlichen Bereiche anspielten, die zukünftig stärker mit Mail Art bespielt werden sollten. Die im Manifest von Fricker und Bloch formulierte Idee, für künstlerische Aktivitäten Kanäle zu nutzen, kam Fricker jedoch vermutlich nicht erst in New York. Schließlich hatte er schon in früheren Arbeiten auf dem Weg zu Bekannten öffentliche Räume als Orte für Kunstaktionen erschlossen (siehe drittes Kapitel). Das Bespielen von Zwischenräumen mit Kunst war für Fricker schon vor 1984 ein zentrales Anliegen.¹³⁶ Darüber hinaus ist anzunehmen, dass Fricker und Bloch über den Begriff Kanäle außerdem auf die neuen Techniken wie Fax und Computer hindeuten wollten, die ebenfalls Möglichkeiten für eine Korrespondenzkunst eröffneten. Eine Erklärung, welche Kanäle gemeint waren, explizierten sie in ihrem Brief allerdings nicht. Es scheint jedoch, als hätten sie über den Gebrauch des Begriffs bewusst hervorheben wollen, dass nebst dem postalischen Versandweg noch weitere für ihre Zwecke taugliche Wege bestünden. Da die wachsenden technischen Möglichkeiten, die eine weltweite Vernetzung beschleunigten, neue Entwicklungen im Netzwerk der Mail Art mit sich brachten, die ab Anfang der 1980er-Jahre bereits vorhersehbar waren, lässt sich erahnen, dass Fricker und Bloch hier vor allem auch auf die Verwendung neuer Techniken im Netzwerk hinweisen wollten. Kanäle implizierte sozusagen alle vorstellbaren Wege für die Übermittlung von Kunst bzw. Mail Art. Einige Personen, zu denen auch Mark Bloch zählt, interessierten sich für die neuen Entwicklungen und begannen, mit Fax und Computer zu experimentieren. Um selbst Experimente durchführen zu können, fehlte Fricker zu dieser Zeit jedoch noch

der Zugang. Erst 1995 kaufte er sich seinen ersten Computer. Mitte der 1990er-Jahre wurde das Medium Internet zugänglicher und es bildeten sich aus der Mail Art-Community heraus E-Mail- und Chat-Gruppen.¹³⁷

Der dritte Punkt, der Fricker gewissermaßen die Vorlage für seinen Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)* lieferte, verdeutlichte Frickers und Blochs Auffassung, dass das Netzwerk nicht länger eine Schule sei. Folglich erklärten sie damit das Ende der New York Correspondance School. Des Weiteren forderten sie in den darauffolgenden Punkten die Mail Artisten auf, sich zukünftig verstärkt auf ihre „ureigenen Energien“ zu konzentrieren und, da es letztlich nicht auf Quantität sondern auf Qualität ankomme, ihren Austausch zu begrenzen, was zu diesem Zeitpunkt bereits einige Mail Artisten längst taten, da die Vielzahl an Zusendungen für viele im Netz kaum noch zu bewerkstelligen war.¹³⁸ Die im Manifest aufgeführten Punkte veranschaulichten, dass Fricker einerseits seine im Vorfeld auf regionaler Ebene gesammelten Erfahrungen, wie das Bespielen öffentlicher Räume und Plätze mit Kunst, in seine Auseinandersetzung mit einer denkbaren Zukunft von Mail Art einbrachte. Andererseits entwickelte er ausgehend von dem Manifest zugleich neue Arbeiten und Konzepte wie den Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)*.

Nach seiner Rückkehr aus New York sandte Fricker einen Brief an Ray Johnson. Im Gegensatz zu seiner kurz zuvor mit Bloch verfassten Erklärung forderte er Johnson mit dem Brief scherzhaft auf, allen *Kids* – eine Anspielung auf die Schüler und Anhänger der New York Correspondance School of Art – mitzuteilen, dass sich die wahre Schule für Korrespondenzkunst in Frickers Wohnhaus in Trogen befinde.

Abbildung 87 zeigt eine Rekonstruktion von seinem 1984 an Ray Johnson gesandten Brief.

Auf das Briefblatt im A4-Format hatte Fricker im oberen Bereich, rechts neben seiner Adresse mit dem Zusatz Büro für künstlerische Umtriebe, ein Polaroid geklebt, das sein Wohnhaus, das ehemalige Schulhaus Hüttschwende, zeigte. Fricker wies mit einem Pfeil, der aus dem Text auf das Polaroid deutete, auf sein Haus, das er ironisch als die wahre Schule für Korrespondenzkunst bezeichnete. Nahezu den Brief rahmend, setzte Fricker auf den oberen, den unteren und die seitlichen Blattränder jeweils mittig seinen Slogan MY SHADOW IS MY GRAFFITI. Den Brief schloss er mit den Stempeln MAIL ART IS NOT FINE ART IT IS THE ARTIST WHO IS FINE und seinem Markenzeichen, seiner Pupille in Gesichtsform. Als Antwort erhielt Fricker ein Aerogramm von Ray Johnson, das auf den 24. März 1984 datiert ist (Abb. 9). Es zeigt, wie Johnson sowohl auf die Form als auch auf den Inhalt von Frickers Brief direkt Bezug nahm und diesen auf spielerische Weise kopierte. Wie Fricker setzte auch

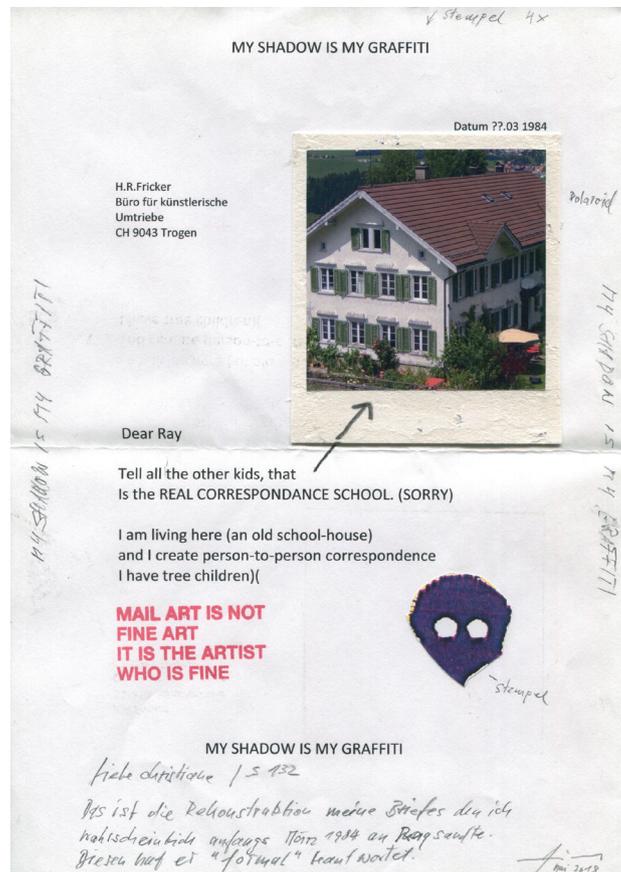


Abb. 87] Brief von H. R. Fricker an Ray Johnson, 1984, Rekonstruktion 2018, 29,7 × 21 cm, Ute Christiane Hoefert.

Johnson in den oberen linken Bereich seinen Adressstempel, daneben zeichnete er in Anlehnung an Frickers Polaroid die Form eines ausschraffierten Quadrats, das er wie Fricker in seinem Brief mit einem Pfeil als „The Real Correspondence School“ bestimmte. Es ist nicht davon auszugehen, dass Johnson Frickers vor 1981 entstandene Arbeiten kannte, dennoch erscheint das Quadrat auf besondere Weise geradezu charakteristisch für Frickers Kunst.

Das Quadrat tauchte bei Fricker schon sehr früh auf. Es zieht sich nahezu durch sein gesamtes Schaffen (siehe Anhang: Werkbeispiele mit dem Motiv eines schwarzen Quadrats als Anspielung auf Kasimir Malewitsch). Im August 1974 hatte Fricker für seine Arbeit *Vorbild für Abbild* (Abb. 35) nicht nur die Zeitung als öffentliches Medium zum ersten Mal in Anspruch genommen, auch nutzte er dafür zum ersten Mal die Abbildung eines schwarzen Quadrats. Ausgehend von *Vorbild für Abbild* entwickelte er weitere Arbeiten, in die er ein schwarzes Quadrat integrierte. Für *Der Landschaft ihr Bild zeigen* (1977) (Abb. 51 a–d) und *In die Nacht schauend, an Malewitsch denken* (1980) (Abb. 43) griff Fricker zur Darstellung eines schwarzen Quadrats auf Polaroids zurück. Während sich



Abb. 88] Modell für einen Tisch für Streitgespräche über die Rolle des Künstlers, 2009, Holz, lackiert, 8 × 40 × 40 cm, vgl. 8.41.

Fricker bei *In die Nacht schauend, an Malewitsch denken* über die Beschriftung des Polaroids eindeutig auf Kasimir Malewitsch bezogen, lässt sich auch in *Vorbild für Abbild* und in *Der Landschaft ihr Bild zeigen*, ohne dass Fricker hier Malewitsch explizit benannte, allein über das Abbild eines schwarzen Quadrats eine Anspielung auf Malewitsch vermuten. Aufgrund seiner wiederholenden Bezugnahme auf das schwarze Quadrat können auch Frickers Arbeiten *Schwarzer Balken* (1978 bis 1980) (Abb. 42 a, b), sein Entwurf *Schwarzes Plakat* (1979) (Abb. 26) und der Markenbogen *Swiss Suprematism Issue* (1990) (Abb. 72) als Hommage an Malewitsch, den Begründer des Suprematismus, gelesen werden. Von seiner Fotografie der 1970er-Jahre über seine Mail Art der 1980er- und 1990er-Jahre bis zu seinen jüngsten Kunst-am-Bau-Projekten, taucht im weitesten Sinne das Motiv des schwarzen Quadrats wiederholend in seiner Kunst auf, zuletzt 2009 als *Modell für einen Tisch für Streitgespräche über die Rolle des Künstlers* (Abb. 88).¹³⁹ Das Bild eines schwarzen Quadrats als Hommage an Malewitsch gebrauchte Fricker auch für seinen 1989 gefertigten Markenbogen *CCCP*,¹⁴⁰ von dem außerdem eine rote Fassung existiert (Abb. 89), die er seinen russischen Mail Art-Kollegen Rea Nikonova und Serge Segay schenkte. Auch Frickers erste Arbeiten *Kreise*¹⁴¹ (1973) (Abb. 54 a, b), die im Kontext seiner Auseinandersetzung mit dem Nachbildeffekt entstanden waren, werden von einem Quadrat bestimmt. Es handelt sich um quadratische Leinwände, auf die Fricker jeweils auf weißem Hintergrund einen einfarbig monochrom ausgemalten Kreis zentral gesetzt hatte, einmal einen grünen und einmal einen orangefarbenen Kreis. Als Stempelabdruck steht unter dem grünen Kreis das Wort *Auslöser*. Mittels der Verbindung

von Wort und Bild verwies er damit nachdrücklich auf die Wirkkraft von Formen und Farben. Die monochromen Farbkreise, die sich in erster Linie mit der Wahrnehmung und Wirkung von Farbe befassen, stehen trotz ihres quadratischen Formats im Gegensatz zu den oben angeführten Arbeiten in keiner direkten Beziehung zu Malewitsch. Hier ließe sich eher eine Verbindung zu Josef Albers herstellen, der mittels eines reduzierten Einsatzes von Formen und Farben wie bei seiner Bilderserie *Homage to the Square* mit optischen Täuschungen experimentierte. Dass diese Arbeiten von Albers¹⁴² eventuell eine Vorlage für Frickers Beschäftigung mit dem Thema bildeten, ist allerdings fraglich, da dieser in seinen Notizbüchern keine Erwähnung fand. Hingegen ist ohne Zweifel festzustellen, dass Fricker in mehreren Arbeiten teils spielerisch und ironisch auf das als Ikone in die Kunstgeschichte eingegangene Bild von Malewitsch hinwies. Über das bewusste In-Beziehung-Setzen mit dem gleichsam einen Nullpunkt¹⁴³ in der Malerei des 20. Jahrhunderts markierenden und zum Symbol für den Aufbruch in die Moderne stehenden Gemälde legitimierte Fricker seine Aktionen und Arbeiten unmissverständlich als Kunst. Fricker erklärte ferner: „Für mich ist das ‚Schwarze Quadrat‘ die Summe aller Bilder“,¹⁴⁴ womit er auch begründete, sich nicht mit Malerei beschäftigen zu müssen und stattdessen neue Medien zu erproben.

Im Netzwerk der Mail Art gebrauchte Fricker überwiegend quadratische Kuverts. Diese bearbeitete er mit Marken und Stempeln und perforierte sie zusätzlich. Dem Format der Kuverts entsprechend fügte er, um die Lochungen deutlich sichtbar zu machen, quadratische schwarze Papiere in die Umschläge hinzu, die aufgrund seiner im Vorfeld entstandenen Arbeiten ebenfalls als Hommage an das *Schwarze Quadrat* von Malewitsch bewertet werden müssen. Die quadratische Form wurde regelrecht zu Frickers Erkennungsmerkmal im Netzwerk der Mail Art. Für seine ab den 1990er-Jahren ebenfalls im quadratischen Format produzierten Orte-Schilder lieferten wiederum die Kuverts die Vorlage (siehe Vom Stempel zum Schild).

Ray Johnson behauptete in seiner 1984 erfolgten Antwort an Fricker scherzhaft, dass er dessen Aufforderung nachgekommen sei und allen *Kids* mitgeteilt habe, dass sich die wahre Schule für Korrespondenz, mit einem Pfeil auf das gezeichnete Quadrat verweisend, nun dort befinde, wo Fricker lebe. Symbolisch übertrug Johnson damit sein vermeintliches Amt als Lehrmeister an Fricker.

Das Aeroگرامm, aus dem hervorgeht, dass sich Johnson konkret auf den im Vorfeld von Fricker an ihn gesandten Brief bezog und dass er sich folglich damit eingehend beschäftigt hatte, belegt, dass sich dieser für Frickers Ideen und Konzepte interessiert haben muss. Besonders erwähnenswert und hervorzuheben ist, dass Johnson in Anlehnung an Frickers Slogan in seinem Schreiben



Abb. 89] CCCP, 1989, vier Marken aus Markenbogen, 21 × 29,7 cm, Fotokopie, perforiert, vgl. 4.19.

sein Markenzeichen – ein mit schwarzen Umrisslinien stilisierter Hasenkopf – mit einem Schattenwurf zeichnete. Leicht geneigt, blicken dabei die ange-deuteten Pupillen des Bunny Head auf den Schattenwurf. Zusätzlich schrieb Johnson Frickers Slogan *my shadow is my graffiti* in umgewandelter Form als *your shadow is your graffiti* am oberen und unteren Rand mit der Schreibma-schine und rechts und links senkrecht per Hand. Damit würdigte Johnson Frickers Schattenkonzept, das durchaus eine gewisse Beziehung zu seinen Nothings¹⁴⁵ aufweist.



Abb. 90] HIS SHADOW IS HIS GRAFFITI, um 1985, Stempel, Museum für Kommuni-kation Bern.

Fricker hatte mit seiner Postkartenaktion für St. Gallen erstmals ausgedrückt, dass er sinnbildlich seinen Schatten als ein Bild verstehe, das, untrennbar mit ihm als Person verbunden, beweglich sei.¹⁴⁶ Von dieser Vorstellung ausgehend, kreierte Fricker seinen Slogan *my shadow is my graffiti*, den er im Netzwerk der Mail Art auch in Variationen einsetzte (Abb. 90).¹⁴⁷ Neben den unterschiedli-chen Versionen von *my shadow is my graffiti* wurde im Netzwerk auch vielfach

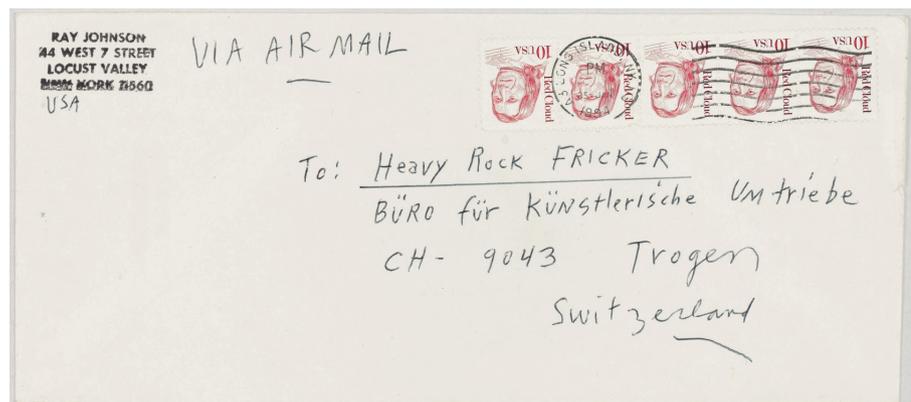


Abb. 91] To: Heavy Rock FRICKER, 1994, Briefumschlag, 10,5 × 24 cm, gesandt von Ray Johnson, vgl. 5.03.

der von Fricker kreierte Satz *mail art is not fine art, it's the artist who is fine* in Umlauf gebracht, den Johnson ebenfalls in seinem Schreiben an Fricker mit Schreibmaschine übertrug. Nach 1984 erhielt Johnson von Fricker weiterhin Post, so etwa dessen Einladung zur Mail Art-Show MoMA von 1985 oder Frickers 1988 gefertigten Markenbogen *Hiroshima*, die sich im Nachlass von Ray Johnson in The Ray Johnson Estate New York befinden. Jedoch führte das Schreiben von 1984, das eindeutig Johnsons Wertschätzung für Frickers Konzeptionen und Ausfertigungen bezeugt, zu keinem vertiefenden Austausch im Sinne des von Fricker ausgerufenen Tourism (siehe Tourism und Decentralized World Wide Mail Art and Network Congresses). 1994 erhielt Fricker nochmals einen Brief von Johnson (Abb. 91).

Am 13. Januar 1995 starb Ray Johnson. Zu seinem Gedenken entstanden zahlreiche Arbeiten von Mail Artisten, die sowohl ihre Anerkennung für ihn bekundeten als auch zuweilen auf ihre persönliche Beziehung zu ihm anspielten.¹⁴⁸ Chuck Welch a. k. a. CrackerJack Kid integrierte in seinem Lied, das er Johnson nach dessen Tod¹⁴⁹ widmete, Frickers Satz *mail art is not fine art, it's the artist who is fine*. In Erinnerung an Johnson brachte Fricker 1995 zwei Markenbögen heraus. Einer dieser Bögen bestand aus Marken, die das eigens für Fricker von Johnson 1984 entworfene Bunny Head mit Schatten zeigten, das Fricker zusätzlich mit einer Variation seines Slogans in *his shadow is his graffiti* beifügte (Abb. 92).¹⁵⁰ Daneben schuf Fricker einen weiteren Markenbogen, der die Leistung von Johnson für die Entwicklung der Mail Art ausdrückte und zugleich auf eine Vorreiterrolle der Mail Art zur Internet Art anspielte, indem er den Namen Ray mit einem @-Zeichen als r@y schrieb (Abb. 93).¹⁵¹ Obwohl Johnson nicht in E-Mail Art involviert war, wie John Held Jr. festhielt: „He never made the leap to E-Mail (although he was known to Fax). Ray was a letterwriter and a telephone gossip“,¹⁵² legte die von Johnson praktizierte Kunstform quasi einen Grundstein für die Anfänge der Internet Art.

Tourism und Decentralized World Wide Mail Art and Network Congresses¹⁵³

Fricker konnte während seines Aufenthaltes in New York über die geführte Debatte zur Ausstellung *Mail Art Then and Now* feststellen, dass keine Einigkeit im Netz herrschte. Aus seinen Beobachtungen in New York schlussfolgerte er, dass scheinbar ein Bedürfnis bestehe, die Bedeutung des Netzwerkes und die im Netz verbreiteten Leitsätze neu zu verhandeln. Im Kontext der Kunst hatte Fricker bereits im Vorfeld auf regionaler Ebene in St. Gallen Erfahrungen im direkten Austausch und in der Zusammenarbeit mit anderen gesammelt und dabei das Potenzial verstanden, über persönliche Treffen neue Kräfte freizusetzen, weshalb er dieses für das Netzwerk nutzbar machen wollte. Als eine für ihn logische Weiterentwicklung von Mail Art verkündete Fricker schließlich 1985 den Tourism, mit dem er auf persönliche Treffen im Netz abzielte. Gewissermaßen war Fricker vor seinem Aufruf zum Tourism schon in den 1970er-Jahren durch seine Aktionen mit der Fotokamera in die Nähe eines Touristen gerückt, stimmt man Susan Sontags Darstellung in *Über Fotografie* zu, dass die Fotografie ein typisches Medium von Touristinnen und Touristen darstelle. Sontag schrieb, dass „in der Regel [...] die Kamera jedermann zum Touristen in anderer Leute Realität und unter Umständen auch in seiner eigenen [mache]“.¹⁵⁴ Sie erklärte, dass der Fotograf mithilfe des Mediums Fotografie versuche, sich Situationen



Abb. 92] Ray Johnson Netland, 1995, Einzelmarke aus Markenbogen *Netland*, 21 × 29,7 cm, Fotokopie, perforiert, vgl. 5.02.



Abb. 93] R@y, 1995, Einzelmarke, 4,2 × 4,2 cm, Farbfotokopie, perforiert, vgl. 5.05.

und Begebenheiten anzueignen, um mögliche Unsicherheiten in einer ihm fremden Umgebung zu reduzieren, sodass die Fotografie ihm gleichsam eine Art Schutz vorzutäuschen vermöge. Sie schrieb:

„Wie Fotografien dem Menschen den imaginären Besitz einer Vergangenheit vermitteln, die unwirklich ist, so helfen sie ihm auch, Besitz von einer Umwelt zu ergreifen, in der er sich unsicher fühlt. So entwickelt sich die Fotografie zum Zwillingsbruder der kennzeichnendsten aller modernen Aktivitäten: des Tourismus“.¹⁵⁵

Sontags Beschreibung lässt sich in Teilen gleichsam auf Frickers Fotoaktionen übertragen, schließlich agierte er in den 1970er-Jahren vornehmlich mit der Fotokamera – wenn auch in einer ihm vertrauten Umgebung und auf eine Art und Weise, die auf die von Sonntag beschriebene Methode passt. In seinen Arbeiten wie *Spiegelplakate* oder *7 Stationen* lenkte er die Aufmerksamkeit gezielt auf alltägliche Wirklichkeiten und verlieh ihnen damit zugleich Bedeutung. Die Fotoplakate bildeten als Dokumente eines Augenblicks die unmittelbare Umgebung ab und eröffneten dem Künstler wie den Betrachtenden somit die Möglichkeit, das Bild mit der Umgebung direkt zu vergleichen. Nebst Tourist war und ist Fricker aber vor allem ein Networker – zumindest manchmal, wie der Künstler seit 1984 behauptet (Abb. 94). Als Fricker 1989 die Mail Art-Show *I am a Networker (sometimes)* im Kunstverein St. Gallen veranstaltete, betonte er über den Titel ausdrücklich seine Tätigkeit als Networker. Über diese Selbstdefinition formulierte er einen seiner Schwerpunkte in seinem Schaffen. Zur Ausstellung erschien der gleichnamige Katalog (Abb. 95).¹⁵⁶ Der einführende Text mit Abbildungen und den dazu erläuternden Untertiteln geben Hinweise darauf, wie Fricker schon im Vorfeld seiner Mail Art-Aktivitäten als Networker auf regionaler Ebene auftrat und nach 1981 mitunter lokale Arbeiten mit Mail Art verband. Im Einleitungstext sind die folgenden Werke abgebildet: *Vorbild für Abbild*, *Topographie-Fotographie*, *Auslöser-Richtung*, *Blickfeld-Protokolle*, *7 Stationen*,¹⁵⁷ *Ex Officio*, *Lebensraumzeichen*, *Ich werfe meinen Schatten in St. Gallen*, *Bilder für Singvögel*, das Plakat *Gedenkfeier für Ida Schläpfer*, die Buttons *Frauenlandsgemeinde* und der *Ofen Ort der List*, den Fricker seinem polnischen Mail Art-Kollegen Pawel Petasz 1982 gewidmet hatte.

Fricker hinterfragte sich selbst als Künstler und suchte gezielt nach einem verbindenden Element zwischen seinem Tun und seinem Wohnort Trogen in Appenzell Ausserrhoden. Zu den für Appenzell typischen traditionellen Darstellungen von Alpauf- und Alpabzügen oder Silvesterchlausen bestand offensichtlich kein Zusammenhang, weshalb er meinte, sich tiefergehend mit der



Abb. 94] I AM A NETWORKER (SOMETIMES), 1984, Stempel, Museum für Kommunikation Bern.



Abb. 95] Buchcover von H. R. Fricker, *I am a Networker (sometimes): Mail-Art und Tourism im Network der 80er Jahre* (St. Gallen: Vexer Verlag 1989).

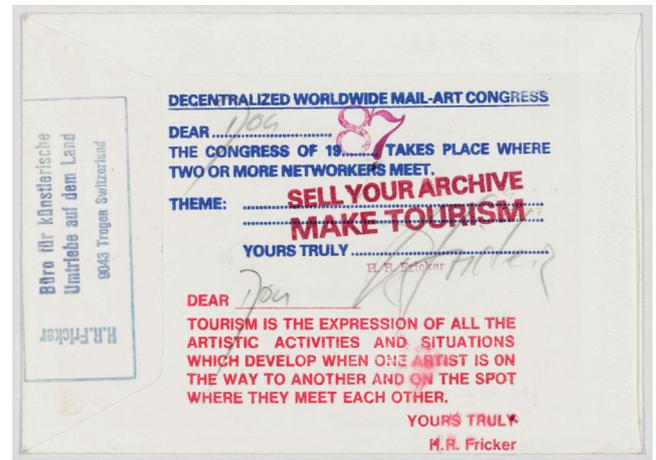
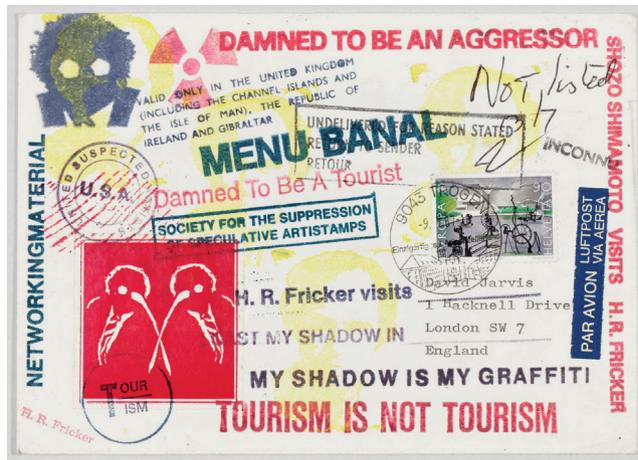


Abb. 96 a, b] SELL YOUR ARCHIVE / MAKE TOURISM, 1987, Briefumschlag adressiert und versandt an David Jarvis und als nicht zustellbar durch die Post retourniert, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhodon, vgl. 5.18.

Geschichte der Region auseinandersetzen zu müssen. Er erfuhr von den im 17. und 18. Jahrhundert in Trogen ansässigen Kaufleuten, die im Rahmen ihrer Handelstätigkeit internationale Beziehungen aufgebaut hatten, die maßgeblich Einfluss auf die Region ausübten und zu tiefgreifenden, bis heute sichtbaren Veränderungen führten. Das Bild von Trogen, wie es sich heute in großen Teilen noch präsentiert, mit seinen im Kontrast zur bäuerlichen Umgebung repräsentativen Steinhausbauten, geht vornehmlich auf die weltläufige Tätigkeit der Textilfamilie Zellweger zurück.¹⁵⁸ In dieser internationalen Vernetzung der Kaufleute, die Fricker als eine Form von Networking begriff, die er für sein künstlerisches Handeln sowie für seine Interessen und Themen beschreibend fand – zumal er mit seinen Kleinplakat-Kreationen und Aktionen auf regionalem Terrain bereits vor seinem Beitritt in der Mail Art-Szene als Networker fungierte – sah er schließlich eine Möglichkeit, eine Beziehung zwischen seinem Wohnort und seiner Kunst aufzeigen zu können. Er erkannte im Networking seine zentrale und eine für seine Kunst beschreibende Strategie, über die er im weitesten Sinne auch einen Bezug zwischen seinem Kunstschaffen und der Region herstellen konnte. Zudem bezeugen seine in den 1970er-Jahren realisierten Plakataktionen wie *Lebensraumzeichen*, dass Fricker sowohl als ein Networker handelte als auch die von ihm 1985 ausgerufene Kunstform des Tourism genau genommen schon zu dieser Zeit praktizierte.

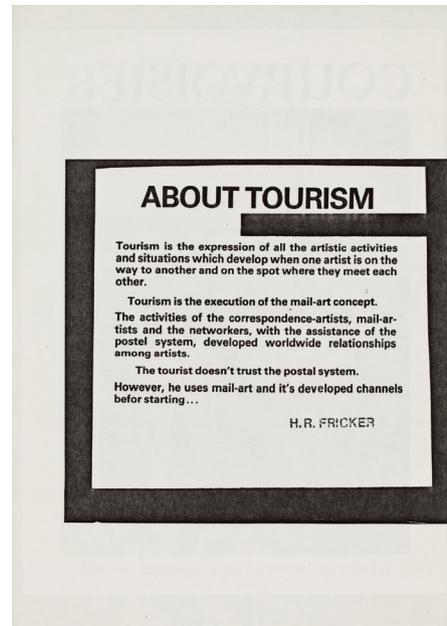
Mit Antritt seiner Reise 1984 nach New York trat Fricker schließlich als selbsternannter Tourist in der Mail Art-Szene auf. Das Manifest zum Tourism verfasste er jedoch erst nach seiner Rückkehr aus New York. Im Zusammenhang mit seinem Aufruf zum Tourism im Jahr 1985 kreierte Fricker diverse Sprüche wie *damned to be a tourist*, *tourism is not tourism* oder *sell your archive make tourism* (Abb. 96 a–c), die er überwiegend mit Hilfe von Stempeln im Netzwerk



Abb. 96 c] SELL YOUR ARCHIVE / MAKE TOURISM, 1985, Stempel, Museum für Kommunikation Bern.

Abb. 97] Tourism Review Volume Number One, 1985, Heft mit Originalstempelabdrücken, Fotokopie, 24 Seiten, 21 x 14,8 cm, vgl. 5.11.

Abb. 98] Tourismus Manifest aus der Tourism Review Volume Number One, 1985, 9, vgl. 5.12.



der Mail Art in Umlauf brachte. In der von Fricker 1985 herausgegebenen *Tourism Review*¹⁵⁹ sind die Stempel, mittels derer er den Tourism als eine weiterführende Kunstform von Mail Art ankündigte, als Abdrucke abgebildet. Wie das Cover der Review unmissverständlich anzeigt, mit dem Fricker auf einen Flugzeugabsturz im Jahr 1985 in den Anden bei La Paz anspielte, warnte er mit schwarzem Humor auf die mit dem Tourism verbundenen neuen Gefahren für das Netz (Abb. 97). Als eine Weiterentwicklung der bereits bestehenden demokratischen prozesshaften Mitmachkunst der Mail Art betonte Fricker über die Verwendung des Begriffs Tourism, der eigentlich die von vielen Menschen ausgeübte Freizeitbeschäftigung des Reisens beschreibt, Tourism zu einer Kunst, die sich für jede und jeden eigne. Die über Frickers Tourism stattgefundenen Treffen im Netz ermöglichten außerdem einen besseren Einblick in die verschiedenen Lebensmodelle und -situationen der Mail Artisten. Für Fricker stellte der Tourism insbesondere aufgrund seiner ländlich-abgeschiedenen Wohnsituation und vor allem, wie der Künstler berichtete, auch für die Erziehung seiner Kinder eine große Bereicherung dar.¹⁶⁰ Da Frickers Tourism im Grunde eine Einladung an alle Mail Artisten darstellte, ihn und seine Familie in Trogen zu besuchen, belebte Fricker mit seinem Aufruf in gewisser Weise auch den Tourismus in Appenzell. Fricker erklärte Tourism wie folgt:

„ABOUT TOURISM Tourism is the expression of all the artistic activities and situations which develop when one artist is on the way to another and on

the spot where they meet each other. Tourism is the execution of the mail-art-concept. The activities of the correspondence-artists, mail-artists and the networkers, which the assistance of the postal system, developed worldwide relationships among artists. The tourist doesn't trust the postal system. However, he uses mail-art and it's developed channels before starting ... H. R. FRICKER“ (Abb. 98).¹⁶¹

Demnach sollten sich die in das Netzwerk involvierten Personen nicht mehr ausschließlich per Post austauschen, sondern sich nun auch persönlich treffen und besuchen und dabei die zwischen ihnen liegenden Wege und ihre Treffpunkte als Orte für künstlerische Aktionen nutzen. Schließlich erklärte Fricker 1992 mit einem Schild, das seither neben seiner Eingangstür hängt, sein Wohnhaus zum *Networker Hotel* (Abb. 1 a).

Das Schild *Networker Hotel* ließ Fricker zusätzlich in verschiedenen Farben produzieren und nutzte es vielfach auch als Gastgeschenk auf seinen Reisen. 2012 ließ er zudem einen Stempel mit der Aufschrift *I am also a NETWORKER HOTEL* produzieren (Abb. 99). Schon 1990 überreichte Fricker, als er nach Russland reiste,¹⁶² wo er Rea Nikonova und Serge Sergay aus dem Netzwerk besuchte, Rea Nikonova ein eigens für sie angefertigtes Schild mit der Aufschrift *Hotel Nikonova*.¹⁶³ Das Schild ergänzte er außerdem um ein Schieber-Schild, das entweder *open* oder *closed* anzeigte (Abb. 100).¹⁶⁴ Damit wollte Fricker insbesondere auf die damalige Situation in Russland hinweisen, wo mit dem Amtsantritt Michail Gorbatschows 1985 unter dem Begriff *Glasnost*¹⁶⁵ die Öffnung des Landes gegenüber Europa versprochen wurde, die allerdings nur schrittweise erfolgte.

Durch die Verwendung von selbstgestalteten Marken und Stempeln und ab den 1990er-Jahren auch durch den Gebrauch von Schildern behauptete Fricker, nebst dem Büro für künstlerische Umtriebe auf dem Land, *The Real Correspondence School of Art* und *The Aggressive Correspondence School of Art* ab 1992 auch ein *Networker Hotel* in seinem Wohnhaus, einem alten Schulhaus, zu leiten.¹⁶⁶ Für Frickers *Networker Hotel* gestaltete E. F. Higgins III., den Fricker 1984 in New York persönlich getroffen hatte, 2001 und 2002 Markenbögen. Higgins produziert unter dem fiktiven Ländernamen *DOODA Bögen*, für die er jeweils zunächst Bilder in einem größeren Format malt, um diese dann als verkleinerte Abbildungen für seine Künstlerbriefmarken zu verwenden (Abb. 101). Von Frickers Wohnhaus malte Higgins zwei Versionen, einmal im Winter und einmal im Frühjahr oder Sommer (Abb. 102 a, b). Als Vorlage dienten ihm die Postkarten mit der Abbildung von Frickers Wohnhaus (Abb. 102 c), die Fricker im Netzwerk verteilte. Untertitelt mit *Networker Hotel*, machte Higgins gleichsam



Abb. 99] Ich bin auch ein NETWORKER HOTEL/I am also a NETWORKER HOTEL, um 2012, Stempel, 7,5 × 6,5 × 2,5 cm.



Abb. 100] Rea Nikonova, 1990, Farbkopie von Dokumentationsfoto.

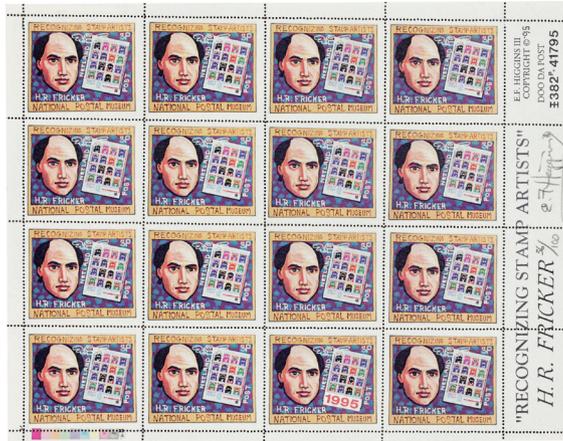


Abb. 101] RECOGNIZING STAMP ARTISTS, 1995, Markenbogen von E. F. Higgins III. für H. R. Fricker, 21,6 × 28 cm, 36/100, signiert, vgl. 4.76.

Abb. 102 a, b] NETWORKER HOTEL, 2002, Marken von E. F. Higgins III. mit dem Abbild von H. R. Frickers Wohnhaus, je 3 × 4,5 cm.

Abb. 102 c] Altes Schulhaus Hüttschwende, 2001, Postkarte, 10,5 × 14,8 cm. Die Postkarte mit der Abbildung von H. R. Frickers Wohnhaus diente E. F. Higgins III. als Vorlage.



Abb. 103] Networker Hotel, 2003, Emailschild, 27,5 × 11,5 cm, Schild aus der Küche von H. R. Fricker, vgl. 5.53.

auf einen von Fricker ganzjährig geführten Betrieb des vermeintlichen Hotels aufmerksam, in dem er selbst allerdings nie zu Gast war.

Seit 2003 existiert ein weiteres Networker Hotel-Schild von Fricker (Abb. 103), auf dem die Namen von denjenigen Personen aus dem weltweiten Mail Art-Netzwerk aufgelistet sind, die zwischen 1981 bis 2003 ihn und seine Familie in Trogen besucht haben. Das Schild hängt in der Küche des Künstlers, dem zentralen Ort in ihrem Wohnhaus, an dem viele Gespräche und Diskussionen bezüglich des Netzwerks der Mail Art stattgefunden haben (Abb. 104). Unter den Namen sind Personen aus den USA, aus Kanada, Deutschland, der ehemaligen DDR, aus England, Belgien, Italien und Japan aufgeführt. Die auf dem Schild angegebene Zeitspanne von 1981 bis 2003 ist allerdings irritierend, da davon auszugehen ist, dass Fricker erst, nachdem er zum Tourism aufgerufen hatte, Mail Artisten bei sich als Gäste in Trogen empfing. Die Datierung lässt vermuten, dass er damit den Zeitabschnitt seiner eigenen Aktivität im Netz

herausstellen wollte, die ab 1981 begann und sich ab Mitte der 1990er-Jahre wieder reduzierte.

Welche Personen aus dem Netzwerk Fricker wiederum persönlich besucht und getroffen hatte, verkündete er mit einem eigens entworfenen Blatt Papier, das er nach 1995 mit seinem Computer gestaltet hatte (Abb. 105).¹⁶⁷ Auf dem Blatt im A4-Format stehen in unterschiedlicher Schriftart, -größe und -farbe 52 Namen von Personen aus dem Netz mit dem Zusatz „Dear ... My Mail Art Story is a Tourism Story, I visited or met: ... in Netland“. Zwischen die Namen setzte Fricker jeweils ein Pluszeichen, wodurch er vermutlich kenntlich machen wollte,



Abb. 104] Melinda (Mel) Otto und Mark Corroto zu Besuch in Trogen, 12. November 1991, Dokumentationsfoto, 10 × 15 cm, v. l. n. r. H. R. Fricker, Verena Fricker, Melinda (Mel) Otto und Mark Corroto, vgl. 5.44.

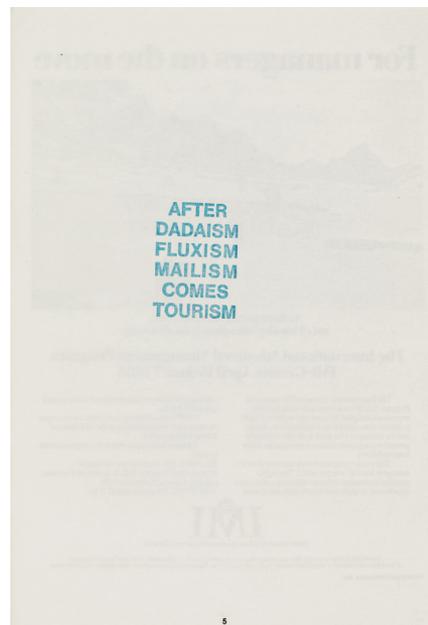


Abb. 105] Dear ..., my Mail Art Story is a Tourism Story, um 1996, Farbkopie vom 3.12.2019, 29,7 × 21 cm, Liste von Netzwerken, die H. R. Fricker besucht oder getroffen hat, Ute Christiane Hoefert, vgl. 5.54.

Abb. 106] AFTER DADAISM FLUXISM MAILISM COMES TOURISM, Stempelabdruck aus der Tourism Review Volume Number One, 1985, 5, vgl. 5.13.

dass zuweilen auch Treffen mit mehreren Personen aus dem Netz gleichzeitig stattgefunden hatten. Der Vergleich mit seinem 1984 gefertigten Markenbogen *NET-WORK-CITY/NEW-YORK-CITY* zeigt allerdings auf, dass diese Liste unvollständig ist, da Namen wie Steve Random, J. P. Jacobs und The Gerlovins auf dem Blatt fehlen, die Fricker 1984 in New York getroffen hatte. Am Ende des Blattes betonte Fricker, nie Keith Bates getroffen und nie Shozo Shimamoto besucht zu haben, obgleich er viele andere Mail Artisten ebenfalls nie persönlich begegnet war. Das Blatt kann ebenfalls als ein Manifest für den von ihm 1985 ausgerufenen Tourism gelesen werden.

Zur Verbreitung seines Tourism-Konzepts diente insbesondere Frickers dafür eigens entwickelter Slogan *After Dadaism, Fluxism, Mailism comes Tourism* (Abb. 106).¹⁶⁸ Mit diesem machte er ab Mitte der 1980er-Jahre Tourism als neue Kunstform im Netzwerk bekannt. Fricker betonte durch die bewusste Umwandlung der Begriffe Dada, Fluxus und Mail Art zu Dadaism, Fluxism und Mailism, dass es sich bei den Bewegungen um Kunstbewegungen handelte. Abgesehen von der Tatsache, dass Englisch die im Netz der Mail Art meist verwendete Sprache ist, entschied sich Fricker deshalb für den Gebrauch des Begriffs Tourism, um vor allem durch die Endung -ism unmissverständlich auf die in der Kunstgeschichte üblichen Bezeichnungen von Kunststilen und -richtungen hinzuweisen. Darüber hinaus kreierte er mit der Abfolge der Begriffe einen vermeintlich chronologischen Aufbau, über den er zusätzlich die enge, aufeinander aufbauende Beziehung der Kunstbewegungen untereinander herausstellte. Mit Tourism hatte Fricker, Chuck Welch folgend, den ersten „-Ism“ im Netzwerk der Mail Art kreiert.¹⁶⁹ Interessant ist, dass Fricker seinen Slogan im oben genannten Blatt um das Wort Internet ergänzte: „After DADAISM, FLUXISM MAILISM INTERNET comes TOURISM“ (vgl. Abb. 107). Es ist denkbar, dass der Künstler beabsichtigte, durch das Weglassen von Kommata auf die teils stattgefundenen Vermischungen im Netz und die bisweilen unscharfen Grenzen zwischen Fluxus, Mail Art und Internet Art hinzudeuten. Zumal das Aufkommen von Computern dazu beitrug, dass auch Personen aus dem Netzwerk, deren künstlerische Ursprünge in der Fluxus-Bewegung lagen, anfangen, mit den neuen technischen Möglichkeiten im Kontext der Mail Art zu experimentieren. Fricker setzte ab 1995, mit dem Kauf seines ersten Computers, diesen schließlich ebenfalls zur Produktion seiner Mail Art ein. Das Entwerfen von Artistamps und Künstlerstempeln wurde dadurch wesentlich vereinfacht.¹⁷⁰

Seit langem schon kursierten im Netz diverse Wortschöpfungen und Namenskreationen, in die das Wort Dada eingebunden war, wodurch gleichsam die Mail Art-Aktivitäten in eine Beziehung zu Dada gesetzt wurden. Nach Dittert ist Dada im Netzwerk „die am häufigsten thematisierte Kunstströmung“.¹⁷¹ Schließlich

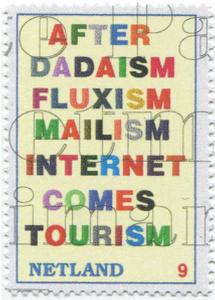


Abb. 107] AFTER DADAISM FLUXISM MAILISM INTERNET COMES TOURISM, um 2000, perforierte Einzelmarke zum Ausruf des Tourism, 5,3 × 4 cm.

waren in der Bewegung Dada mit ihren vielseitigen Verfahren und anhand ihrer verwendeten Medien, zu denen neben Publikationen auch Briefmarkenimitationen zählten, erste Ansätze von Mail Art zu erkennen.¹⁷² Die unter Verwendung des Begriffs Dada im Netzwerk der Mail Art zirkulierenden und spaßigen Wortschöpfungen lassen die Schlussfolgerung zu, dass sich Mail Artisten eventuell häufiger auf Dada bezogen, da das Wort Dada im Vergleich zu den anderen Kunstrichtungen wie der Fluxus-Bewegung und des Nouveau Réalisme, die ebenfalls von großer Bedeutung für Mail Art waren, mehr Möglichkeiten zum Kreieren neuer Worte bot. Die Qualität des Wortes Dada in Laut und Bild hatten schließlich die Dadaisten selbst anhand von eigenen Wortkreationen variantenreich im Vorfeld demonstriert, indem sie Dada teils einfach Worte anhängten.¹⁷³

Frickers Aufruf zum Tourism stellte einen Versuch dar, Mail Art weiterzudenken und das Netz vornehmlich auf neue Räume aufmerksam zu machen, was auch den Kern seines 1984 innerhalb des Netzwerks lancierten Projekts *The Malicious Tours*, übersetzt *Die boshafte Reisen*, bildete (Abb. 5 a, b). Mit *The Malicious Tours* forderte Fricker seine Mail Art-Kollegschaft per Stempel auf, eine von ihm bestimmte Person aus dem Netzwerk zu besuchen. Die von ihm angeschriebenen Personen hätten sich jedoch gar nicht treffen können, da sie, sofern sie denn seiner Anordnung gefolgt wären, verstreut, auf unterschiedlichen Wegen zu verschiedenen Personen, gewesen wären. Indem Fricker seine Kolleginnen und Kollegen gleichzeitig auf Reisen schickte und damit persönliche Treffen verunmöglichte, richtete er mit der Aktion, wie in seinem Konzept zum Tourism verkündet, die Aufmerksamkeit insbesondere auf die zwischen den Personen liegenden öffentlichen Räume. Dahingehend sei angemerkt, dass, indem Mail Artisten Postkarten und Briefumschläge mit eigenen Bildern, Briefmarken und Stempeln bearbeiteten, Mail Art allein durch den Versand schon kurzzeitig in Bereiche und an Personen außerhalb des Netzwerks gelangte. Somit bespielten Mail Artisten gewissermaßen von Anfang an aufgrund ihrer auch von außen bearbeiteten Mail Art-Sendungen zumindest temporär Räume außerhalb des Netzwerks mit Mail Art. Auch Mail Artisten aus der ehemaligen DDR und Lateinamerika agierten trotz staatlicher Überwachung nicht ausschließlich im Geheimen. Wie ihre Kolleginnen und Kollegen aus den USA, Kanada und Westeuropa versandten sie ebenfalls mitunter selbst gestaltete Kuverts, auf die sie bisweilen Botschaften setzten, die folglich für die Übermittler ebenfalls lesbar wurden.¹⁷⁴ Obwohl strenge Vorschriften und autoritäre Kontrollen in einigen Ländern manchmal Sendungen stoppten,¹⁷⁵ eröffnete das Netzwerk den Partizipierenden eine Chance, unabhängig von ihrem Aufenthaltsort in einen Austausch mit Menschen aus fremden Ländern und Kulturen zu treten.

Der belgische Künstler und Mail Artist Guys Bleus, der angab, das Reisen zu hassen, wie er im Zusammenhang mit Frickers Tourism-Konzept betonte, beurteilte Tourism im Hinblick auf den im Netz geachteten demokratischen Grundsatz als unbefriedigend. Tourism sei im Gegensatz zu den günstigen Postsendungen viel zu teuer und schließe daher automatisch Menschen aus. Bleus schrieb:

„Tourism is not a satisfying substitute for mail art. It does not entirely respect its democratic principles. For instance: I can send a letter to Japan, Brazil or Australia for a few dollars or less, but I can't visit Cohen, Duch or Tane without an expensive travel ticket. ... I don't think I'll ever be a good tourist. I actually hate travelling“.¹⁷⁶

Fricker muss bewusst gewesen sein, dass nicht alle im Netz aktiven Personen über die gleichen Reisefreiheiten und über das zum Reisen benötigte Geld verfügten und dass allein schon aus diesen Gründen nicht alle Mail Artisten gleichermaßen seinem Aufruf Folge leisten konnten. Aus seinen Erläuterungen zu Mail Art und Tourism lässt sich vielmehr ableiten, dass der Künstler vor allem daran interessiert gewesen sein muss, die im Netz beteiligten Personen verstärkt auf die zwischen ihnen liegenden Kanäle bzw. Räume als Orte für Kunst hinzuweisen, die für ihn schon im Vorfeld seiner Mail Art-Aktivität im Fokus seiner künstlerischen Aktionen standen. Er erklärte, dass jede im Netzwerk der Mail Art teilnehmende Person gleichsam einen Punkt in einem größeren System darstelle. Sobald die Punkte sich miteinander verbinden bzw. kommunizieren würden, würden neue Räume erschaffen, über die sich wiederum neue Möglichkeiten in der Kommunikation und in der künstlerischen Tätigkeit eröffnen könnten. Fricker verdeutlichte:

„The networking field signifies spaces between people. Mail art and ‚Tourism‘, for example, create spaces between partners. Every networker constitutes a measuring-point for the space system of another. The networker does not merely construct these spaces by means of computer connections, but defines them, exploits them and establishes relationships within these space-systems“.¹⁷⁷

Daraus lässt sich folgern, dass Fricker mit seinem Aufruf ausdrücklich auf den zwischen den Mail Artisten liegenden Raum als ebenfalls bespielbaren Raum für Kunst aufmerksam machen wollte. Dennoch waren nebst den postalischen, auf Distanz geführten Korrespondenzen vor allem die persönlichen Treffen mit

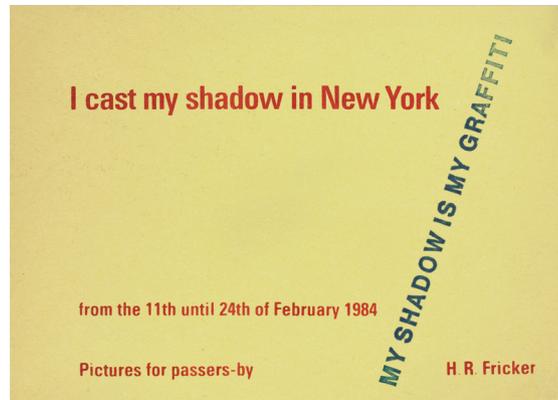


Abb. 108] I cast my shadow in New York, 1984, Postkarte, Offsetdruck mit Stempel-
aufdruck, 10,5 × 14,8 cm, Kantonsbibliothek
Appenzell Ausserrhoden, vgl. 5.10.

Personen aus dem Netz für Fricker nachhaltig von Bedeutung. 1984 – noch im selben Jahr als Fricker in New York einige seiner Korrespondenzpartnerinnen und -partner persönlich kennengelernt hatte – reiste er nach Berlin und Ostberlin. Dort traf er u. a. Joseph Huber. Ein Treffen mit Robert Rehfeldt kam zu diesem Zeitpunkt indes nicht zustande. Es wurde von der Polizei verhindert, da sich ihr vereinbarter Treffpunkt außerhalb der Zone befand, für den Fricker kein gültiges Visum besaß. Im Zusammenhang mit seiner Reise nach Ostberlin erzählte Fricker, wie er am Zoll vor den Beamten seine mit Stempeln gefüllte Tasche hatte leeren müssen und den Beamten, nachdem er alle Stempel auf einem Papier abgedruckt hatte, die Symbolik und Bedeutung der Stempel hatte erklären müssen. Fricker schilderte die Situation als einschüchternd und zugleich als eine für ihn außerordentlich bedeutungsvolle Erfahrung, die geradezu zu einem Schlüsselerlebnis für ihn wurde. Sie machte ihm deutlich, dass erst die Reisen ihm einen erweiterten Einblick in die diversen Lebensmodelle und Lebenssituationen seiner Korrespondenzpartnerinnen und -partner gewährten, die über den postalischen Austausch nicht in gleicher Weise vermittelt werden konnten.¹⁷⁸

Trotz einiger Kritik an Frickers Tourism kam es zu zahlreichen persönlichen Treffen im Netz.¹⁷⁹ Mitte der 1980er-Jahre, als Fricker Mail Artisten in New York, Los Angeles und San Francisco traf, bearbeitete er gemeinschaftlich mit seiner Kollegschaft Kuverts. Diese Kuverts, die Zeugnis über die Kollaborationen liefern, die über seinen praktizierten Tourism entstanden, befinden sich in seiner Sammlung.¹⁸⁰ Fricker kündigte seine Reisen gewohnheitsmäßig mit dem Slogan *I cast my shadow in ...*¹⁸¹ (Abb. 108) an. Bisweilen nutzte er auch offizielle Briefmarkenbögen aus den von ihm bereisten Ländern als Belege seines ausgeübten Tourism, indem er diese jeweils mit dem Buchstaben T gleichbedeutend für Tourism abstempelte.

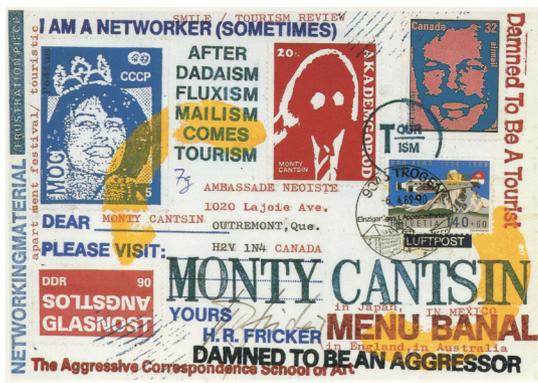
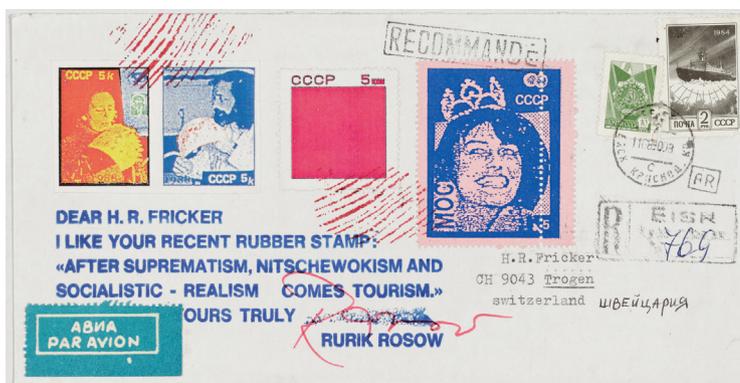


Abb. 109] Letter to Istvan Kantor, 1989, Postkarte, 10,5 × 14,8 cm.

Abb. 110] Briefumschlag von Serge Segay, 11,5 × 22,5 cm, adressiert an H. R. Fricker, 25.8.1990. Serge Segay nutzte den Stempel „Rurik Rosow“, den er zuvor als Geschenk von Fricker erhalten hatte. Es ist ein Pseudonym Frickers, das er, angelehnt an einen russischen Namen, für sich gebrauchte, vgl. 4.21.



Im Zusammenhang seiner Reise 1990 nach Russland betonte Fricker, dass sich durch das Reisen neue Räume für künstlerische Aktionen ergeben würden:

„Ich verstehe ‚Tourismus‘ als erweiterten Handlungsraum im Kunstkontext. Allerdings meine ich nicht das neukolonialistische Gebaren des Massentourismus, sondern die künstlerische Erforschung und Nutzung des Raumes zwischen zwei Menschen und ihre Begegnung im privaten Bereich.“¹⁸²

Das Netzwerk der Mail Art ermöglichte den Teilnehmenden zum einen, sich direkt und persönlich auszutauschen, zum anderen konnten, wenngleich die privaten Anschriften der Teilnehmenden im Netzwerk meistens bekannt waren, Mail Artisten mehr oder weniger anonym im Verborgenen tätig sein, indem sie einen oder gleich mehrere Künstlernamen verwendeten. Die Arbeitsweise der Mail Artisten, die, wie zu Beginn beschrieben, ohne Copyright und teils unter verschleierte Identitäten Mail Art produzierten, erschwert eine Untersuchung von möglichen Zusammenhängen und ihren Ursprüngen. Auch Fricker stellte wie viele seiner Kolleginnen und Kollegen unter dem Decknamen Monty Cantsin Mail Art her (Abb. 16, 109),¹⁸³ weshalb im Lexikon zur Kunst in

der Schweiz *SIKART* als Frickers Namensvariante Monty Cantsin aufgenommen wurde, obwohl mit dem Namen Monty Cantsin vornehmlich der Künstler Istvan Kantor assoziiert wird.¹⁸⁴ Zudem führte ihn sein Kontakt mit den russischen Mail Artisten Rea Nikonova und Serge Sergay zu der Erfindung des russischen Namen Rurik Rosow (Abb. 110), den er ebenfalls als ein Pseudonym gebrauchte. Darüber hinaus nutzte er im Kontext seiner Arbeit für die Einführung des Frauenwahlrechts den Namen Ida Schläpfer. Bis auf einige wenige Ausnahmen arbeitete Fricker jedoch vornehmlich unter seinem richtigen Namen. Dabei handelte es sich um eine bewusste Entscheidung des Künstlers, die seine Haltung zum Ausdruck brachte, Kunst und Leben nicht voneinander zu trennen. Fricker agierte somit nicht im Geheimen und anonym, sondern öffentlich. In der Regel wussten die Teilnehmenden im Netzwerk der Mail Art nicht viel voneinander. Einige Hauptfiguren hielten durch den Gebrauch von Pseudonymen ihre Identität bewusst bedeckt. Leslie Caldera, dessen Vorname bereits geschlechtsneutral ist, entschied sich bei seiner Wahl seines Künstlernamens Creative Thing bewusst für eine neutrale Namensvariante. Im Netz wurden mitunter Decknamen verwendet, die wie Creative Thing offen lassen, ob eine weibliche oder eine männliche Person hinter dem Namen steckt. Anhand der im Netz kursierenden Kontaktlisten ist indes anzunehmen, dass der höhere Anteil männlich ist. Dieses Ungleichgewicht, hat sich nach Frickers Ansicht mit der Erweiterung des Mail Art-Netzwerks in digitale Netzwerke verändert. Wie neue technische Möglichkeiten das Mail Art-Netzwerk beeinflussten und ob diese Modifikationen womöglich eine Zunahme an weiblichen Usern mit sich brachten, gilt es noch zu untersuchen.

Nach Guy Bleus Ansicht begünstigten die Verwendung von Pseudonymen und die Anonymität im Netz geradezu einen offenen und vertrauten Austausch. Er schrieb:

„A bizarre aspect of Mail-Art communication is the *dichotomy* ‚anonymous‘ – ‚known‘. On the one hand, anonymity stimulates openness in the Mail Art Network. Sending intimate, very personal things or information to somebody you don't know (living at the other end of the world) is rather harmless. On the other hand, the communication is mostly amicable and true, although one often knows nothing else but the ‚name‘ or ‚pseudonym‘ of the other mail-artist“.¹⁸⁵

Fricker leitete mit *Tourism* eine Veränderung ein, die einige Mail Artisten gleichsam als eine Bedrohung für das Netz ansahen. Vor allem Frickers im Zusammenhang des *Tourism* lanciertes Projekt *The Malicious Tours* stieß im

Netzwerk nicht ausschließlich auf positives Feedback. Einige der von Fricker auserwählten Personen fühlten sich regelrecht übergangen und in ihren Persönlichkeitsrechten angegriffen.¹⁸⁶ Darüber hinaus verbreitete sich im Netz der Verdacht, einige Personen würden das Netz womöglich einzig zum Zweck des günstigen Reisens nutzen, wie Robert Rudine erzählte:

„There was a lot of conversation about whether people were exploiting the network in order to facilitate their travels. A lot of people felt imposed upon, and I had that reaction being imposed upon when I was assigned to meet somebody. And some people absolutely refused, took themselves off the list: don't visit me. Many of them had their boundaries violated because people would come anyway“.¹⁸⁷

Zwar hatten sich lange Zeit vor Frickers Ausruf zum Tourism Mitglieder des Netzwerks gegenseitig besucht und gemeinsam Performances oder andere Arbeiten und Projekte zusammen verwirklicht, im Gegensatz zu *The Malicious Tours* geschah dies jedoch auf eigenen Wunsch und in Einvernehmen.

1978 organisierte Anna Banana über das Mail Art-Netzwerk beispielsweise eine Europatour, bei der sie gemeinsam mit Bill Gaglione 29 Städte in elf Ländern bereiste, um ihre *Futurist Sound Performance* und den Film *Banana Olympics* aufzuführen.¹⁸⁸ Darüber hinaus hatte Ray Johnson schon in den 1960er-Jahren mit seinen Briefsendungen und Club Meetings Menschen miteinander bekannt gemacht. Die Idee des sich gegenseitigen Besuchens innerhalb des Netzwerks war somit keine Erfindung Frickers. Banana hatte 1978 während ihrer Europatour gezielt Mail Art-Kolleginnen und -Kollegen besucht und war dabei vor allem an einem persönlichen, künstlerischen und direkten Austausch interessiert, weshalb sie mit dem Begriff des Tourism im Kontext des Mail Art-Netzwerkes, das den Teilnehmenden über ihre Korrespondenzpartnerinnen und -partner exklusive Zugänge zu fremden Ländern und Kulturen ermöglichte, wenig anfangen konnte. Zumal Tourism die Reisenden vornehmlich als konsumierende kennzeichnen würde, die in Hotelzimmern schlafen und Sehenswürdigkeiten besichtigen würden, ohne dabei, ihrer Meinung nach, einen tiefergehenden Einblick in das bereiste Land zu erhalten.

Ryosuke Cohen verstand, dass Frickers Tourism weniger mit Reisen und Sightseeing zu tun hat:

„I also had opportunities to make tours and meet many mail artists when I visited Europe (1987), North America (1989), and again Europe (1990). Then I was able to sense the trend of mail art and its creators' multiple situations.

I had a very different experience, because at home I usually occupy myself at making and arranging art pieces, and learned a lot through fellowship with other artists. Some mail artists live a very natural way of life, others were very sensitive to peace in the world. And there were those who were willing to realize their art pieces to their utmost. All of them were not free from financial and political problems nor to postal communication, but they overcame those problems and remain with a very positive attitude. I found their attitude really different from that of Japanese. Tourism, I discovered through my experience, has the potential to stimulate looking at the world with aesthetic eyes. It is not just for making a trip and sightseeing“.¹⁸⁹

Die vermeintlich oberflächliche Bezeichnung des Tourism als neue Kunstform spielte ironisch auf die vielen in der Kunstgeschichte verwendeten -Ism an. Wie im dritten Kapitel dargelegt, interessierte sich Fricker schon vor seiner Mail Art-Aktivität in einer ähnlichen Weise wie Banana für eine gleichberechtigte Wechselbeziehung zwischen Kunstschaffenden und Rezipierenden sowie Sendenden und Empfangenden. Bananas Kritik an Frickers Verwendung des Begriffs Tourism im Zusammenhang des Mail Art-Netzwerks, in dem im gebräuchlichen Sinne im Grunde gerade kein Tourismus stattfindet, zeigt, dass Banana folglich das Wortspiel und den Doppelsinn von Tourism, wie ihn Fricker meinte, missverstand. Fricker erklärte: „Tourism ist die Bezeichnung für Aktivitäten und Situationen, die sich unterwegs und im Zwischenraum ereignen“.¹⁹⁰ Banana erkannte trotz ihrer Kritik an Frickers Tourism-Konzept dennoch Gemeinsamkeiten in ihrer Arbeitsweise. Sie sagte über Fricker:

„He is about getting art out of the gallery situation and into interaction with people and real life, and that is really what all my public events are about. Mail art is a little less public obviously because it is exchanged between individuals“.¹⁹¹

Dabei schien Fricker gerade über seine weitergedachte Form der Mail Art zum Tourism diese Kunst stärker nach außen – in öffentliche Bereiche – bringen und damit sichtbarer machen zu wollen. James W. Felter interpretierte Frickers Tourism in erster Linie als eine Reaktion auf in der Szene bereits bestehende Strukturen und Prozesse, für die Fricker mit Tourism eine griffige Formulierung fand. Felter sagte im Hinblick auf Tourism über Fricker: „He formalized it [...] and made it conscious so that the network became aware that you could visit artists in the network“.¹⁹² Auch Robert Rudine betonte, dass Fricker damit ein besonderes Bewusstsein für die im Netz vorhandenen und sich dort abzeichnenden

Entwicklungen geschaffen habe. Frickers streitbares Tourism-Konzept, mit dem er das Netz in Teilen erschreckte, habe ihn zu einem *Netshaker* werden lassen, wie Robert Rudine sagte:

„Fricker is such a great netshaker. He kind of wrestles with the dynamics of the kinetics of the whole network, and I thought that his notion of Tourism was a very natural outcome of the exchanges that we are making, also kind of the first Airbnb, I mean, it was like everywhere you went, that you corresponded, there was somebody to talk to on the local scene, so yes, it resonated with me, just the very notion, when he first put that out. Tourism, yes, it clicked“.¹⁹³

Fricker empfing in den Folgejahren zahlreiche Gäste aus dem Netz. Unter vielen anderen waren Melinda Otto und Mark Corroto bei ihm zu Gast, die 1991 während einer dreimonatigen Reise durch Europa Tourism für sich erprobten und dabei ebenfalls den Begründer des Tourism in Trogen besuchten (Abb. 104).¹⁹⁴ Ihren Besuch bei ihm schilderten sie wie folgt:

„If you travel to Hans Ruedi Fricker’s Swiss home, a one-hundred-year old converted schoolhouse, you must take a train to Zurich, switch to the St. Gallen train, ride an hour to St. Gallen, catch a tram that winds up the rolling mountains from St. Gallen to Trogen, and hike forty minutes around a deep valley [...]. Fricker was once described as mail art’s most aggressive artist. He loves to debate and discuss, not only networking, but nuclear energy, gun control and feminism. As creator of networking ‚isms‘ and slogans, Fricker doesn’t take his chosen Tourism path lightly. Mail art ‚Tourists‘ are treated as special ‚guests‘, served from Mail Art Menus, and lodged in suites named after mail artists who have previously visited. Most discussions take place around the kitchen table, but often the conversation travels outside into beautiful hillsides and forests surrounding their home. Fricker and his wife, Vreni, balance life and art with shared responsibilities for raising their three daughters“.¹⁹⁵

Zu den prominentesten Reisenden im Netzwerk der Mail Art wurden Peter Küstermann und Angela Pähler, die als Künstlerduo unter dem Namen Angela & Peter Netmail den Weltmeistertitel im Guinness-Buch der Rekorde als reisende Kunstpostboten erhielten.¹⁹⁶

Frickers Tourism wurde zu einem Wegbereiter für den gemeinsam mit seinem Schweizer Mail Art-Kollegen Günther Ruch initiierten ersten dezentralen

weltweiten Mail Art-Kongress, „der vom 1. Juni bis 1. Oktober 1986 überall dort stattfand, wo sich mindestens zwei Personen aus dem Netzwerk trafen, um Themen das Netzwerk der Mail Art betreffend zu diskutieren“.¹⁹⁷

Chuck Welch berichtete, dass im Februar 1984, in der Zeit zwischen den genannten Podiumsdiskussionen, in den Wohnungen der Mail Artisten John P. Jacob und Carlo Pittore in New York weitere informelle Diskussionen das Netzwerk betreffend veranstaltet worden seien. Zu den dort diskutierten Themen zählte ebenfalls ein vom Mail Artist Harley (1940–2016) unterbreiteter Vorschlag, einen ersten internationalen Mail Art-Kongress zu organisieren. Damit hatte Harely, wie Welch sich erinnerte, den Ausgangspunkt zur Planung von Kongressen im Netzwerk der Mail Art gesetzt. Während seines Aufenthaltes in New York diskutierte Fricker mit Welch die Machbarkeit der Organisation eines internationalen Kongresses, zu dem Fricker achtzehn Monate nach dieser Diskussion, wie Welch schrieb, mit Günter Ruch aufrief.¹⁹⁸ Dabei handelte es sich jedoch nicht um einen internationalen Mail Art-Kongress, vielmehr waren es zahlreiche Kongresse, die an unterschiedlichen Orten in der Zeit zwischen dem 1. Juni und dem 1. Oktober 1986 stattfanden. Die dezentrale Ausrichtung der Kongresse, die von verschiedenen Personen organisiert wurden und zu unterschiedlichen Zeiten stattfanden, schuf die Möglichkeit, dass zahlreiche Mail Artisten Kongresse besuchen und sogar gegebenenfalls an mehreren Kongress-treffen teilnehmen konnten. Es war etwas Besonderes. In Bezug auf die Kongresse führte John Held Jr. als Vorreiter Ray Johnson und dessen veranstaltete Meetings an:

„At other times, [...], he [Ray Johnson] brought together members of his mailing list into New York Correspondance School of Art Meetings, formed against different thematically backdrops. These events predate the Mail Art Congresses of 1986 and the Networker Congresses of 1992 by several decades“.¹⁹⁹

Obschon Treffen im Vorfeld erfolgten, fand, ausgerufen von Fricker und Ruch, 1986 zum ersten Mal ein weltweit dezentraler Mail Art-Kongress statt. Für die Entwicklung der Idee, Kongresse dezentral zu organisieren, spielte vermutlich auch Frickers Engagement für Kunst in seiner Heimatregion eine Rolle. 1983 hatte Fricker zusammen mit Josef Felix Müller und Alex Hanimann unter dem Namen *Szene St. Gallen* die erste juryfreie Ausstellung in St. Gallen initiiert und organisiert, für die sie sich von den damals in den Züspa-Hallen in Zürich ausgerichteten juryfreien Ausstellungen der Kunstszene Zürich inspirieren ließen (Abb. 111). Bereits 1979 hatte Fricker diesbezüglich ein Gesuch beim Kantonalen



Abb. 111] Szene St. Gallen, 1983, 1. Jahresausstellung, vom 3. bis zum 13. Dezember 1983, im Haus zur Volksstimme am Spisertor, St. Gallen, Plakat für die juryfreie Ausstellung, Offsetdruck, 59,4 × 42 cm, vgl. 2.30.

H.R. Fricker
Hüttswende
9043 Trogen
Tel. 94'22'49

Kantonales Amt für Kulturpflege
Leistungen für kulturelle Zwecke
Regierungsgebäude
9001 St.Gallen

Finanzierung einer juryfreien Ausstellung regionalen Kunstschaffens.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Ich ersuche Sie zu prüfen, ob eine juryfreie Ausstellung regionalen Kunstschaffens mit Hilfe eines Beitrages aus dem Jubiläumsfonds realisiert werden könnte. (evtl.1980,Dauer ca.1Monat)

Das Projekt:

Organisation einer juryfreien Ausstellung bildender Kunst

Den Kulturschaffenden aus der Region werden in den Olma-Hallen (oder andernorts) Kojen zur Verfügung gestellt, die sie selbst mit ihren Werken einrichten können.

(Malerei, Grafik, Plastik, Fotografie, etc.)
Das kantonale Amt für Kulturpflege sorgt für die Einberufung eines Organisationskomitees, das die Durchführung dieser -Bestandesaufnahme regionalen Kunstschaffens- gewährleistet.

Sollten Sie die Finanzierung dieses Grossanlasses ins Auge fassen, wäre ich gerne bereit, ein detaillierteres Projekt einzureichen. Dabei würde ich mich auf die Erfahrungen der Präsidialabteilung der Stadt Zürich berufen, die in den Züsas-Hallen schon mehrere Male juryfreie Ausstellungen durchgeführt hatte.

Ich bin überzeugt, dass die hier vorgeschlagene Form der Kunstvermittlung von vielen Künstlern begrüsst würde, insbesondere von jenen, die den beschwerlichen Weg an die Öffentlichkeit über Wettbewerbe, jurisierte Ausstellungen und Galerien nicht einschlagen können oder wollen.

Mit freundlichen Grüessen

Trogen, 26.9.79

H.R. Fricker

Kopien z.K.en: Herrn Rudolf Hanhart, Konservator des Kunstmuseums,
Herrn Heinz Müller, Präsident des Kunstvereins,
Herrn Kurt Wolf, Präsident der GSMBA
und an die ortsansässige Presse.

Abb. 112] Gesuch von H. R. Fricker an das Kantonale Amt für Kulturpflege St. Gallen zur Finanzierung einer juryfreien Ausstellung in St. Gallen, 1979, 29,7 × 21 cm.



Abb. 113] Szene Intim, Magazin Nr. 1, August 1985, 21 × 14,8 cm.

Amt für Kulturpflege in St. Gallen eingereicht (Abb. 112). 1985 plante er dann, unter dem Titel *Szene Intim* für Ostschweizer Kunstschaffende eine Jahresausstellung zu veranstalten, die dezentral in den Ateliers der Kunstschaffenden stattfinden sollte (Abb. 113).²⁰⁰ Der Plan wurde indes nicht realisiert, bildete aber vermutlich einen Ausgangspunkt für Frickers Einfall, im Netzwerk dezentrale Kongresse abzuhalten. Aufgrund der Konstitution des Netzwerkes schien der Ausruf zu einem weltweiten dezentralen Mail Art-Kongress zudem nur logisch. Niemand sollte ausgeschlossen werden. Jede und Jeder im Netzwerk konnte selbst einen Kongress ausrichten. Die vielen Austragungsorte in den verschiedenen Ländern erhöhten die Reichweite. Nahezu unabhängig von Ort und finanziellen Mitteln sollten im besten Fall alle Mail Artisten an Kongressen teilnehmen oder gegebenenfalls selbst Kongresse veranstalten können. Robert Rehfeldt richtete trotz eines offiziellen Verbotes im September 1986 einen Kongress in seinem Atelier in Ost-Berlin aus.²⁰¹ Aus den Kongressen gingen verschiedene Dokumentationen hervor (Abb. 114 a–c). Mehr als fünfhundert Personen aus 25 Ländern an achtzig Orten trafen sich 1986 zu Kongressen. Als Beschreibung der dezentralen globalen Strategie informeller Kongresstreffen

wurde bereits der Begriff des Networkings verwendet.²⁰² Daran angelehnt lancierte Fricker sechs Jahre später gemeinsam mit Peter W. Kaufmann den zweiten dezentralen weltweiten Mail Art- und Networker-Kongress (Abb. 115 a–c). Mit der Erweiterung von einem Mail Art- zu einem Mail Art- und Networker-Kongress 1992 wurden nun explizit auch diejenigen Personen einbezogen, die mit neuen Techniken experimentierten und mit der beginnenden Digitalisierung unter Verwendung der neuen Medien neue Möglichkeitsfelder im Bereich der Kommunikationskunst erprobten. Während Fricker seine eigene künstlerische



b



c



a

Abb. 114 a] MA-Congress 86, 1986, Dokumentationsheft, Fotokopie, 159 Seiten, 21 × 14,8 cm, vgl. 5.27.

Abb. 114 b, c] Mailart Congress, 1986, Markenbögen für verschiedene Länder und in verschiedenen Farben, Offsetdruck, perforiert, 25,5 × 28 cm, signiert, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 5.28.

sche Tätigkeit längst als die eines Networkers bezeichnete und seine Street Art²⁰³ der 1970er-Jahre als eine solche verstand, wurde im zweiten Kongress insbesondere durch die Zusammenarbeit mit Chuck Welch das Netzwerk zusätzlich auf die durch die Digitalisierung einsetzende Transformation von Mail Art zur Internet Art aufmerksam gemacht und somit auf eine virtuelle Ebene gehoben. Frickers Rolle als Networker wurde über den Ausruf zu den Kongressen besonders sichtbar.

Seine Arbeiten, die im Kontext seines Tourism und der dezentralen Kongresse entstanden waren, bildeten einen Teil der vom 10. Juni bis zum 20. August 2017 im Kunstmuseum Olten gezeigten Gruppenausstellung *Voyage, voyage! Über das Reisen in der Kunst* (siehe Anhang).

Im Rahmen des zweiten Decentralized World Wide Mail Art and Networker Congress 1992 veranstaltete John Held Jr. einen Fax Congress. Held Jr. rief im Netzwerk dazu auf, zu den Themen Netzwerke, Netzwerken und Networker-Kongress bis zum 1. Mai 1992 Grafiken oder Texte per Fax zu senden. Diese wurden dann im Anschluss in der Public Library in Dallas, Texas vom 2. bis zum 9. Mai 1992 ausgestellt. Die Kongresstagung fand am 2. Mai von 13 bis 16 Uhr in

der Bibliothek statt. Held Jr. erhielt etwa dreißig Rückmeldungen aus fünf verschiedenen Ländern.²⁰⁴

Das Medium Fax stellte Fricker zwei Jahre später bei einer Gruppenausstellung zum Thema Mail Art ebenfalls in den Mittelpunkt. 1994 machte Fricker im Rahmen seiner Beteiligung an *Mail-Art. Netzwerk der Künstler* auf die sich bereits seit den 1980er-Jahren abzeichnenden Weiterentwicklungen im Netzwerk aufmerksam. Während der Eröffnungsfeier, zwischen 17 und 21 Uhr, präsentierte Fricker sein Projekt *THE FACE OF THE NETWORK*.²⁰⁵ Mit der Einladung



Abb. 115 a] Dezentraler Mail-Art- und Networker-Kongress, 1992, Dokumentationsfoto, 10 × 15 cm, Trogen, Appenzell Ausserrhoden.

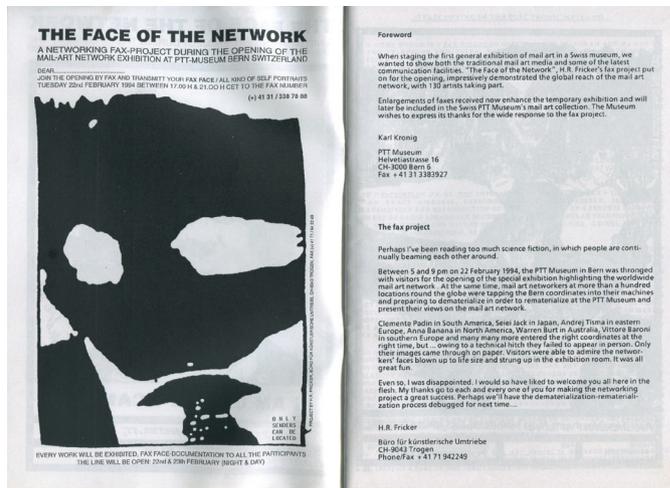
Abb. 115 b] Dezentraler Mail-Art- und Networker-Kongress, 1992, Dokumentationsfoto, August 1992, 15 × 10 cm. Vittore Baroni, Italien, und Mark Pawson, Grossbritannien, beim Aufstellen eines Wegweisers für den Kongress vor dem Haus von H.R. Fricker in Trogen, Appenzell Ausserrhoden, vgl. 5.35.

Abb. 115 c] Dezentraler Mail-Art- und Networker-Kongress, 1992, Dokumentationsfoto, 10 × 15 cm. H.R. Fricker (rechts) bei einem dezentralen Networker-Kongress 1992 in Belgien.

zur Projektteilnahme bat Fricker Personen aus dem Netzwerk, eigens gestaltete Selbstporträts während der Eröffnungsfeier per Fax an das PTT-Museum in Bern zu senden.

Zusätzlich zu dieser Einladung, die als Beispiel für ein Selbstporträt sein Icon zeigte, verschickte er leere Formulare, die in der einfachen Gestaltung an Frickers *fiktive Kunsthalle St. Gallen* erinnern (Abb. 58 a). Insgesamt beteiligten sich an diesem Projekt hundertdreißig Personen aus folgenden Ländern: Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, Chile, Kuba, Dänemark, Deutschland, England, Finnland, Frankreich, Holland, Italien, Japan, Jugoslawien, Österreich, Polen, Portugal, Schweden, Schweiz, Spanien, USA, Ungarn und Uruguay.

Die während der Vernissage live per Fax übermittelten Selbstporträts und Kommentare wurden auf Augenhöhe an Leinen befestigt und suggerierten darüber trotz physischer Abwesenheit eine Anwesenheit der an Frickers Projekt



b



c



a

Abb. 116 a–c] THE FACE OF THE NETWORK, 1994, Dokumentationsheft des Fax-Projektes im PTT-Museum Bern (heute Museum für Kommunikation), Fotokopie, 36 Seiten, 21 × 14,8 cm, vgl. 5.45.

beteiligten Personen. *THE FACE OF THE NETWORK* wirkt wie eine weiterentwickelte Fassung von Frickers Ende der 1970er-Jahre erschaffenen *Lebensraumzeichen*. Durch den Gebrauch des Fax machte Fricker sowohl auf bereits entwickelte Techniken aufmerksam, die bereits im Netzwerk eingesetzt wurden, als auch auf denkbar zukünftige, indem er mit der Übertragung von Selbstbildnissen per Fax scherzhaft auf die in Science-Fiction beschriebene Technik des Beams anspielte, die Menschen und Dinge von einem zum nächsten Ort teleportiert.

Nach der Aktion *THE FACE OF THE NETWORK* verschickte Fricker ein Dokumentationsheft an die Beteiligten. Geklammert und gefaltet zu einem A5-Format, besteht die Dokumentation aus zehn Schwarz-Weiß-Kopien im A4-Format. Für die erste Seite wählte Fricker als Abbildung das Fax von Endre Tót, das zusätzlich mit „I AM GLAD IF I CAN FAX“ beschriftet war (Abb. 116 a). Auf der Rückseite ist

Frickers Einladung zum Projekt abgebildet (Abb. 116 b), gefolgt von einem kurzen Vorwort von Karl Kronig und Fricker. Die Dokumentation enthält neben der obligatorischen Liste aller Teilnehmenden mit Namen und Adresse einige Bildbeispiele der Selbstporträts und eine Abbildung der Präsentation im Raum (Abb. 116 c). Zudem sind zwei Texte integriert, „...TELECOPYING IN THE ELECTRONIC NETLAND...“ von Guys Bleus und „The Mail Art–Internet Link“ von Chuck Welch. Chuck Welch, dessen Text 1995 in dem vom ihm herausgegebenen Buch *Eternal Network. A Mail Art Anthology* veröffentlicht wurde, betonte die Wichtigkeit des von Fricker und Peter W. Kaufmann 1992 initiierten zweiten dezentralen weltweiten Mail Art- und Networker-Kongresses, an dem er selbst maßgeblich beteiligt war und der Mail Artisten mit anderen Networkern zusammenbrachte.²⁰⁶ Der Spruch, den Endre Tót unter sein Fax für Fricker schrieb – „I AM GLAD IF I CAN FAX“ – kann als kritischer Hinweis dafür gelesen werden, dass nicht alle Mail Artisten über die gleichen technischen Möglichkeiten und Freiheiten in der Kommunikation verfügten.

Während ab Mitte der 1990er-Jahre einige Mail Artisten mit der Kommerzialisierung des Internets ihre Tätigkeitsfelder erweiterten, indem sie beispielsweise eigene, teils interaktive Homepages anlegten oder Gruppen gründeten, deren Mitglieder sich nun auch per E-Mail austauschten, gibt es bis heute Mail Artisten, die hauptsächlich an der Versendung von Mail Art im klassischen Sinne interessiert sind.²⁰⁷ Zur Unterscheidung und als Bezeichnung für die konventionelle Versandart von Mail Art wird mitunter von *Snail Mail* gesprochen.²⁰⁸ Während eines Mail Art-Meetings, das im Rahmen der Mail Art-Ausstellung im Karuizawa New Art Museum in Japan am 16. Juli 2016 stattfand, behauptete Keiichi Nakamura: „[...] we cannot get a real feeling of being alive in a virtual reality via internet. I think that, in such a period of time, the value of physical materiality will rise, and the mail art will become obviously more important“.²⁰⁹

Ab 1995, mit dem Kauf seines ersten Computers, fing Fricker an, diesen in seine künstlerische Arbeit einzubeziehen. Neben dem Farbkopierer erleichterte ihm dieser die Herstellung von Artistamps und Dokumentationen. Viele Mail Artisten, die im herkömmlichen Sinne Mail Art als Snail Mail Art produzieren, gebrauchen für deren Herstellung ihre Computer. Der Computer hat Mail Art nicht verdrängt, aber er hat die Ausdrucksmöglichkeiten vereinfacht und verändert. Charles François konstatierte:

„Computers can serve as a playing field, where paper, audio and video products are mixed immediately to generate other products. This possibility of mixing can result in unique, interactive shapes and also in the composition of letters that have never existed before. All of this interactive, creative play

can be put into one's pocket or sent in envelopes without rupturing the more traditional mail-art practice of letter-sending“.²¹⁰

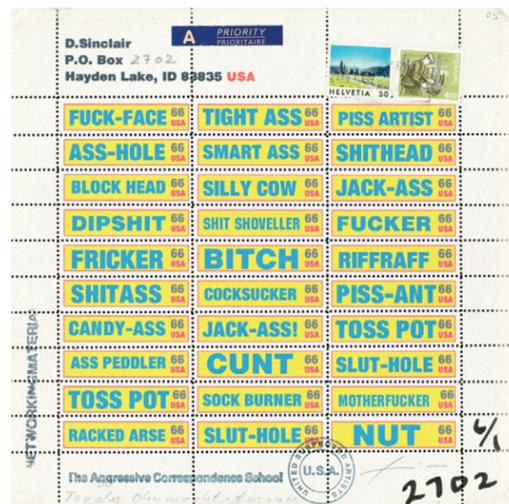
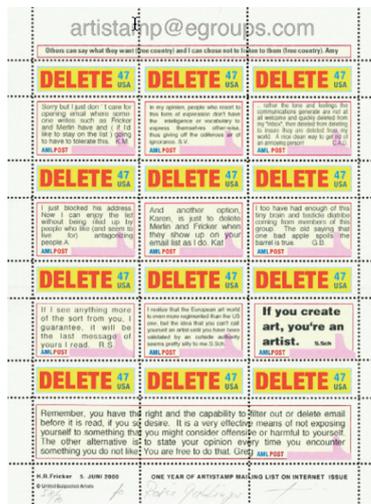
Auch Fricker nutzte ab 1995 seinen Computer für die Gestaltung von Artistampbögen, die er im Anschluss ausdrückte und perforierte. Interessiert an den Entwicklungen und an neuen Möglichkeiten, die der Computer und das Internet zu bieten hatten, wurde er kurzzeitig zudem ein Mitglied der Gruppe *artistamp@egroups.com*.²¹¹ Nach den geschilderten Beobachtungen des Künstlers war der Großteil der Gruppenmitglieder mehrheitlich an der Herstellung und Gestaltung gefälliger Artistamps interessiert und weniger an dem Unterlaufen von Machtstrukturen und dem Hoheitsgebiet der Post. Als beispielsweise der deutsche Mail Artist Klaus Rupp a. k. a. Merlin aus Hamburg in einer dieser Gruppenkommunikationen das Wort *Fuck* verwendete, wurde er derart dafür kritisiert, dass Fricker sich veranlasst fühlte, eine eigene Arbeit zu dem Thema dort in Umlauf zu bringen.

Die mit der Globalisierung und Digitalisierung einhergehende und kaum zu bewerkstelligende Flut von Bildern, Nachrichten und Informationen machte Fricker zum Thema, als er an die Gruppe eine Reihe englischer Schimpfwörter versandte und sich dabei erst am Ende seiner Nachricht an die Gruppenmitglieder mit seiner Frage richtete, welche dieser Schimpfwörter britischen und welche amerikanischen Ursprungs seien. Die Teilnehmenden, die, wie ihre Reaktionen vermuten lassen, die Nachricht nicht bis zu Ende lasen, fühlten sich angegriffen und versuchten daraufhin, Fricker aus der Gruppe auszuschließen. Fricker konnte die um seine Person geführte Debatte verfolgen, da innerhalb der Gruppe die versandten E-Mails an alle Mitglieder und somit auch an ihn gingen. Die E-Mails nutzte er für die Gestaltung seines Markenbogens *Delete* (2000), den er im Netzwerk der Mail Art verschickte (Abb. 117). Zusätzlich entstand ein Markenbogen aus einer Aneinanderreihung dieser Beschimpfungen, die an *Das große Schimpftuch* von Siegmund Polke von 1968 denken lässt, das mit Ausdrücken wie Speichellecker, Linkswichser oder Kindermörder offen ließ, an wen sich der Künstler mit seiner Beschimpfung eigentlich richtete. Auch bei Frickers Arbeit bleibt dies im Unklaren. Fricker eröffnete der Empfängerin oder dem Empfänger seines perforierten Markenbogens vielmehr die Möglichkeit, diesen in einzelne Marken zu zerlegen und die Zuweisung selbst zu bestimmen. Fricker gestaltete damit auch ein Kuvert, das an ihn zurückgesandt wurde (Abb. 118).

Guy Bleus meinte, dass diese neuen Technologien nicht ein Ende der Mail Art herbeiführen werden, sondern dass die neuen technischen Möglichkeiten die Tätigkeiten im Netz der Mail Art vielmehr erweitern werden.²¹² 1995 notierte Chuck Welch: „Today, with the persistent threat of censors condemning

Abb. 117] DELETE, 5. Juni 2000, perforierter Markenbogen, Farbfotokopie, 26 × 19 cm, signiert, Copyright: United Suspected Artists, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 4.42.

Abb. 118] Perforierter Briefumschlag an D. Sinclair, 19.5.2000, Tag der Ohnmacht von H. R. Fricker ausgerufen, Inkjet-Print, perforiert, 22 × 22 cm, signiert, Kantonsbibliothek Appenzell Ausserrhoden, vgl. 4.43.



the arts, and a growing peril of sexism, racism, and nationalism, our survival depends upon a creative vision that cuts through all cultures“.²¹³

Der nach Frickers provokativen Aktion von ihm entwickelte Markenbogen *Delete* liest sich wie ein kritisches Statement des Künstlers, dass Nachrichten häufig nur oberflächlich verarbeitet würden. Diese Kritik erscheint heute im Zusammenhang mit der Problematik der sogenannten *Fake News* von umso größerer Aktualität.

Shozo Shimamoto – *That’s Tourism*

Am 11. Dezember 1986 eröffnete im Centre Pompidou in Paris die Ausstellung *Japon des Avant-Gardes*. Die Gruppenausstellung zeigte etwa fünfhundert Exponate, anhand derer die Geschichte des künstlerischen Schaffens in Japan zwischen 1910 bis 1970 skizziert wurde.²¹⁴ Unter den teilnehmenden Künstlerinnen und Künstlern war Shozo Shimamoto, Mitglied der japanischen Künstlergruppe Gutai. Die Gutai Art Association wurde 1954 von Jiro Yoshihara gegründet. Die Aktivitäten der Gutai-Gruppe waren, wie John Held Jr. in seinem Text *Japanese Mail Art, 1956–2014* darstellte, wesentlich für den Beginn von Mail Art in Japan; insbesondere ist hier das Gutai Magazin zu nennen, das Shozo Shimamoto, wie Held schrieb, in seinem Wohnhaus in einem Vorort von Osaka verlegte. In Form von Texten über ihre Performances und Aktionen sowie mittels dokumentarischer Fotografien lieferten die Gutai-Magazine wesentliche Einblicke in die künstlerische Arbeit der Gruppe. Die Magazine wurden anfänglich von der Gruppe bisweilen an zufällig ausgewählte Adressatinnen und Adressaten verschickt. Nach der Schilderung von Held Jr. sandte Yoshihara, beein-

druckt von den Action- und Drip-Paintings des Künstlers Jackson Pollock, 1956 Gutai-Magazine an Pollock, mit der Bitte um seine Einschätzung zu ihrer Kunst. Pollock verstarb noch im gleichen Jahr. Sein Biograf Bruce Friedman wurde, wie Held Jr. schrieb, über den Nachlass Pollocks durch die Magazine auf die japanische Künstlergruppe aufmerksam, die er um das Zusenden weiterer Ausgaben ihres Magazins bat. Über Friedman erhielt angeblich Ray Johnson erstmals Kenntnis von der Gutai-Gruppe, die er 1956 kontaktierte. Johnson sandte Yoshihara seine als MOTICOS bezeichneten Collagen sowie Flyer, woraufhin Yoshihara Arbeiten von Johnson in die April-Ausgabe 1957 aufnahm.²¹⁵ Held Jr. erklärte, dass die Gutai-Gruppe zwar bereits den postalischen Weg zum Versenden ihrer Magazine genutzt und über den Versand an Kunstschaffende in andere Länder ihre Reichweite vergrößert habe. Jedoch habe erst der Austausch mit Johnson innerhalb der Gruppe zu einem gesteigerten Bewusstsein dafür geführt, Kunst direkt via Post zu übermitteln. In diesem Zusammenhang verwies Held Jr. auf die Nengajyo, die Neujahrs-Grußkarten, die von der Künstlergruppe in der Folge gezielt zur Verbreitung von Originalwerken eingesetzt wurden. Nach Yoshiharas Tod 1972 löste sich die Gruppe auf. 1976 schloss sich Shozo Shimamoto der Organisation AU an, bekannt als Artist's Union oder auch Art Unidentified,²¹⁶ und übernahm deren Leitung. Obwohl Shimamoto bereits in den 1950er-Jahren im Rahmen seiner Aktivität in der Gutai Gruppe auch Ray Johnson und dessen Strategie des Verbreitens von Kunst über den postalischen Weg kennengelernt haben muss, wurde Shimamoto erst später ein Mitglied im internationalen Netzwerk der Mail Art. Sowohl er als auch sein japanischer Künstlerkollege Ryosuke Cohen wurden angeblich erst durch Byron Black, Mail Artist und Videokünstler, der als Englischlehrer in Japan tätig war, in die Kunstform Mail Art eingeführt. AU publizierte in der Folge mehrheitlich Newsletter auch in Englisch, wodurch diese für ein internationales Publikum zugänglicher wurde. Shozo Shimamoto und Ryosuke Cohen traten dem Mail Art-Netzwerk bei. Ihre Teilnahme brachte sie auch in Kontakt mit dem Schweizer Künstler Fricker. Beide, Shimamoto und Cohen, waren unter den von Fricker ausgewählten Mail Artisten für sein 1984 mit Stempeln initiiertes Projekt *The Malicious Tours*. 1986 folgte Shimamoto schließlich Frickers Aufruf zum *Tourism*, als er nach der Eröffnung der Gruppenausstellung *Japon des Avant-Gardes* in Paris gemeinsam mit seiner damaligen Frau und einem Freund weiter nach Trogen reiste, wo er Fricker und dessen Familie besuchte (Abb. 119).²¹⁷ Während Shimamotos Aufenthalt in Trogen veranstalteten er und Fricker eine gemeinsame Performance, bei der Fricker auf den rasierten Kopf von Shimamoto den Slogan *That's Tourism* stempelte. Die Aktion wurde fotografisch dokumentiert (Abb. 120 a–c). Bereits im Vorfeld, im Oktober 1986 in Osaka, nutzte Shimamoto seinen Kopf



Abb. 119] Netzwerktreffen bei H.R. Fricker, 1986, Dokumentationsfoto, 9 × 13 cm, Shozo Shimamoto am Kopf des Tisches, vgl. 5.14.

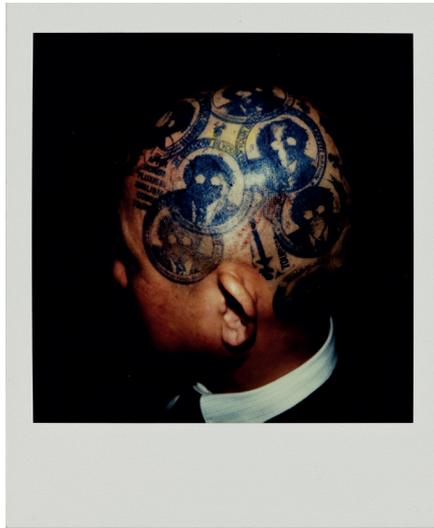
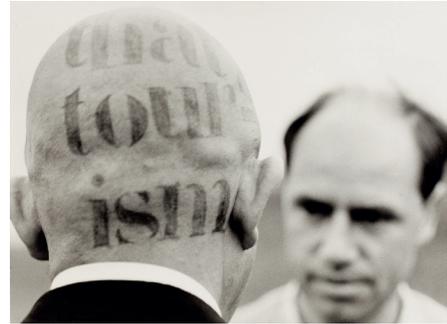


Abb. 120 a–c] That's Tourism, 1986,
Performance mit Shozo Shimamoto,
Dokumentationsfotos, vgl. 5.15.

für eine Performance mit dem italienischen Mail Artisten Guglielmo Achille Cavellini.²¹⁸ Dabei schrieb Cavellini seine Autobiografie auf Shimamotos Kopf. Shimamoto wurde in der Folge dafür bekannt, dass er seinen rasierten Kopf für Performances zur Verfügung stellte – zuweilen als Leinwand für künstlerische Aktionen oder auch als Projektionsfläche für filmische Darbietungen. Zusätzlich verbreitete er im Netzwerk der Mail Art ein Bild von seinem Hinterkopf mit der Aufforderung an seine Mail Art-Kollegschaft, auf der kahlen Stelle etwas einzufügen. Shozo Shimamoto berichtete:

„I had pictures taken of my shaved head that were printed on paper, and for two years these sheets were distributed to mail artists around the world. As a form of collaborative mail art networking, I printed instructions on these sheets asking mail artists to intervene by placing their pictures and messages on my head and returning the altered work“.²¹⁹

In diesem Zusammenhang entstand *Shozo's Skin Issue* (Abb. 121). Das mit farbigem Toner kopierte Blatt zeigt die Abbildung von Shimamotos Hinterkopf, auf

dem im Zentrum vier perforierte Artistamps platziert sind. Die einzelnen Marken des Bogens beinhalten jeweils japanische Schriftzeichen, die Bezeichnung NIPPON für Japan sowie die Zahl 60 und sind ansonsten nicht weiter bebildert.

Im Vergleich mit anderen im Netz aktiven Personen zeigt sich bei beiden Künstlern, bei Shimamoto wie Fricker, dass sie im Vorfeld ihrer Aktivitäten im Netz Aktionen ausführten, aus denen sich folgern lässt, dass sie vermutlich weniger an den für Mail Art typischen Medien interessiert waren, sondern vielmehr an den sich durch Kommunikation auf Distanz sowie durch persönliche Treffen neu ergebenden Möglichkeiten, Kunst weiterzudenken. Ein zentraler Berührungspunkt war der Wunsch nach Interaktion und Kollaboration, auf dem sich ihr Interesse für einander anfänglich gründete. Ihr Kontakt blieb bis zu Shimamotos Tod 2013 bestehen. Eine weitere Gemeinsamkeit, von der sie scheinbar jedoch nicht wussten, bestand darüber hinaus in ihrem Engagement für die Kunst von Menschen mit Behinderungen. Dass Shozo Shimamoto der Präsident von Able Art Japan – einer japanischen Vereinigung für behinderte Künstler²²⁰ – war, wusste Fricker bis vor kurzem nicht.²²¹ Dieser setzt sich ebenfalls insbesondere für die Kunst von Menschen mit Behinderungen aktiv ein und verfügt über eine Sammlung von Kunst, die von Menschen mit Behinderungen vornehmlich in geschützten Institutionen entsteht und der sogenannten Outsider Art zuzuordnen ist.

Goldenes Kalb – Denk es global

Als Fricker künstlerisch aktiv wurde, orientierte er sich an den neuen Kunstströmungen der Zeit – vornehmlich, wie anhand seiner frühen Aktionen mit der Fotokamera deutlich wurde, an der konzeptuellen und prozesshaften Kunst. Zunächst versuchte er, sich auf regionalem Terrain als Künstler zu positionieren. Fricker, der 1975 von St. Gallen nach Trogen in den Kanton Appenzell Ausserrhoden umgezogen war, trat auch nach seinem Umzug weiterhin in St. Gallen mit künstlerischen Aktionen öffentlich auf, vermutlich auch weil St. Gallen ihm als nächstgelegene Stadt zur Gemeinde Trogen eine höhere Reichweite bot. Zugleich setzte er seine künstlerische Tätigkeit über den Begriff des Networkings gewitzt in eine Beziehung zu seinem Wohnkanton Appenzell Ausserrhoden, dessen Erscheinungsbild von dem grenzüberschreitenden Handel der Familie Zellweger im 17. und 18. Jahrhundert beeinflusst wurde.²²² Frickers gezielte Suche nach einer möglichen Verbindung zwischen seinem künstlerischen Schaffen und seinem Wohn- und Lebensort gründete wahrscheinlich auch auf dem Bestreben, in Zukunft Anfragen nach einer finanziellen Unterstützung für seine Kunstprojekte beim Kanton einreichen zu können, da –

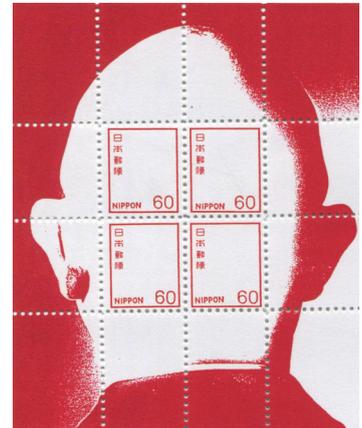


Abb. 121] Shozo's Skin Issue, 1994, perforiertes Blatt mit vier Marken von H. R. Fricker, vgl. 5.16.

wenngleich Frickers Wohnsitz allein schon ein Bezug ist – die Schweizer Kantone für die Prüfung von Gesuchen in der Regel eine Beziehung zu ihnen voraussetzen. Das Networking behauptete Fricker für sich als seine künstlerische Strategie, die er zunächst über seine Kleinplakataktionen lokal einsetzte, mittels derer er die regionale Kulturlandschaft zu beleben versuchte. Ab 1981 trat er in das Netzwerk der Mail Art ein und wurde schließlich international als Networker unter dem Label Büro für künstlerische Umtriebe auf dem Land tätig.

In Bezug auf seine eigene künstlerische Situation auf dem Land richtete sich Fricker mit seiner ersten Mail Art-Show *Artistic activities in the Country-side*²²³ 1982 insbesondere an diejenigen Künstlerinnen und Künstler aus dem Netz der Mail Art, die ihre Arbeit oder zumindest einen Teil dieser in Beziehung zu künstlerischen Aktivitäten auf dem Land setzen konnten (Abb. 67 a–f).²²⁴ Fricker bat in der Einladung zu seiner Mail Art-Show um die Zusendung von „Dokumentationen, Statements, Adressen und so weiter“,²²⁵ mit dem Zusatz, daraus eine Ausstellung mit Katalog zusammenstellen zu wollen. Zusätzlich bekundete er seine Absicht, damit der Kommunikation zwischen den Kunstschaffenden dienen zu wollen. Ferner warf Fricker mit dem Thema die Fragen auf, was Kunstschaffende auf dem Land antreibt und bewegt und vor welchen Herausforderungen sie im Vergleich zu ihren Kommunikationspartnerinnen und -partnern aus den großen Städten stehen. Die Ausstellung *Artistic activities in the Country-side* fand schließlich vom 2. Oktober bis zum 13. November 1982 in Frickers Wohnhaus statt. An der Mail Art-Show nahmen insgesamt 163 Personen aus dem Netzwerk der Mail Art teil, von denen allein 44 Personen in den USA wohnten. Des Weiteren beinhaltete die Teilnahmeliste Namen mit Adressen von sechzehn Personen aus der Schweiz inklusive Fricker, neunzehn aus Italien, fünfzehn aus Westdeutschland, sieben aus Kanada, Brasilien und Frankreich, sechs aus Österreich, fünf aus der ehemaligen DDR und Belgien, vier aus England, Ungarn, Holland und Japan, zwei Personen aus Mexiko, Polen, Dänemark und Argentinien sowie jeweils eine Person aus ehemals Jugoslawien, Korea, Saudi Arabien, Nordirland, Schottland, Bulgarien, Peru und Spanien. Der Teilnahmeliste war zudem ein Dokumentationsfoto von der Ausstellungssituation beigelegt, dessen Untertitelung besagte, dass über fünfhundert Mail Art-Werke ausgestellt waren. Fricker hatte neben einem mit Cavellini-Stickern beklebten Pult in seinem Büro für künstlerische Umtriebe auf dem Land, dem ehemaligen Schulzimmer, speziell für die Ausstellung Stellwände aufgestellt, an denen er getrennt voneinander zum einen die eingegangenen Kuverts und zum anderen die Inhalte der Kuverts platzierte. Ein Beispiel für den Umgang mit dem von Fricker gestellten Thema *Artistic activities in the Country-side* liefert der folgende übertragene Beitrag des kanadischen Mail Artisten Chuck Stake, den

Fricker neben anderen Abbildungen von Beiträgen auf das Cover des zur Ausstellung im Anschluss von ihm verlegten Dokumentationsheftes setzte:

„IMAGINE THERE’S NO WATER

If you think the oil crisis was fun wait till you’ve
experienced the water crisis. Coming soon to a continent
near you.

CHUCK STAKE ENTERPRIZES, 1981 Canada“

Daraus wird deutlich, dass Stake damit auf eine sich anbahnende Umweltkatastrophe anspielte, die sowohl auf Städte als auch auf das Land Auswirkungen haben würde. Dem Beitrag zufolge bewertete Stake die Ölkrise der 1970er- und 1980er-Jahre als eine einfach zu bewältigende Krise, im Gegensatz zu dem, was die Menschheit durch die zunehmende Umweltverschmutzung in Zukunft noch zu erwarten habe. Die Ölkrise offenbarte die Abhängigkeit von Rohstofflieferfirmen und bedeutete für einige für kurze Zeit eine Einschränkung in ihrer Mobilität. Ein positiver Effekt der Krise war die dadurch intensivierete Suche nach alternativen Energiequellen. Hingegen werde, wie Stake mit „Coming soon ...“ betonte, als Folge der Umweltverschmutzung der Mangel an trinkbarem Wasser zu einer existentiellen Bedrohung, die auf alle Menschen – wenn auch zeitlich verzögert – Auswirkungen haben werde, unabhängig davon, ob sie in Großstädten oder der Provinz leben. Indirekt ging Stake damit auf die Beziehung zwischen Stadt und Land ein, die Frickers Thema der Mail Art-Show implizierte. Der Katalog zur Show vermittelte anhand weiterer Bildbeispiele einen Einblick in das Material, das Fricker auf seine Anfrage hin zugesendet wurde, obwohl er auf die Fragen, die seine Einladung insbesondere unter Einbeziehung seiner Arbeit *Auf der Suche nach Edelweiss zu Tode gestürzt* quasi einschloss, kaum Antworten erhielt. Die Teilnehmenden gingen unterschiedlich und zum großen Teil auch gar nicht auf das von Fricker gestellte Thema *Artistic activities in the Country-side* ein, wie der Künstler im Gespräch bemängelte. Dieses Verhalten, ohne Auseinandersetzung mit dem gestellten Thema Mail Art zu versenden, einzig um Teil der Ausstellung zu werden und darüber Adresslisten und Dokumentationen zu erhalten, war gelegentlich vorzufinden. Die Zusendungen kamen aus Städten wie New York, Los Angeles, San Francisco, Wien, Berlin, Tokio, Amsterdam, Rotterdam, Budapest, Vancouver, Rom, Mailand, Madrid, u. v. a., sodass sich vermutlich nur wenige Teilnehmende in einer ähnlichen und für sie nachvollziehbaren Arbeits- und Lebenssituation befanden wie Fricker, der in Trogen lebend das Gefühl hatte, sich abseits der Kunstmetropolen – anfänglich ohne kantonale Unterstützung oder eine institutionelle Vermittlung von



Abb. 122] Gebetstrichter, 1989,
Dokumentationsfoto, vgl. 2.34.

aktueller Kunst – selbst einen Zugang zur Gegenwartskunst suchen zu müssen.²²⁶ Während Fricker vermeintlich abgeschnitten vom Rest der Welt im Vergleich zu vielen anderen Kunstschaffenden auf dem Land wohnen blieb, thematisierte er sieben Jahre nach seiner Mail Art-Show *Artistic activities in the Country-side* mit seinem Werk *Gebetstrichter* den Wegzug von Künstlerinnen und Künstlern aus der ländlichen Region in die großen Städte (Abb. 122). Das Werk *Gebetstrichter*²²⁷ hatte Fricker speziell für eine Gruppenausstellung anfertigen lassen, die im Rahmen der OLMA in St. Gallen, der Schweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung, vom 12. bis zum 22. Oktober 1989 stattfand. An der Messe stellten sich Appenzell Innerrhoden und Appenzell Ausserrhoden als Gastkantone mit drei Ausstellungen unter dem Motto *Appenzell kulturell* vor. Während im Waaghaus Bauernmalerei und in Katharinen Ausserrhoder Dorfansichten ausgestellt wurden, zeigte das Historische Museum in St. Gallen zeitgenössische Kunst von dreizehn Künstlerinnen und Künstlern, die einen direkten Bezug zu den Gastkantonen aufwiesen.²²⁸ Roman Signer nahm mit seiner Aktion *Zündschnur* ebenfalls teil. Das Werk von Fricker bestand aus einem für Appenzell typischen Holztrichter, der traditionell von Sennen zum Singen von Gebeten während der Alpzeit gebraucht wird. Im Inneren des Trichters ließ Fricker die Namen der dort ausstellenden Künstlerinnen und Künstler und deren Wohnorte schnitzen. Durch die Einschreibung der Namen in das Innere des Trichters wirkte die Arbeit sinnbildlich wie eine Anrufung bzw. Anbetung an die teilnehmenden Künstlerinnen und Künstler, die größtenteils ihre Heimat bereits verlassen hatten.²²⁹ Nur drei der dreizehn für die Ausstellung ausgewählten Kunstschaffenden lebten noch in den Gastkantonen. Dies kritisierte Fricker in einem offenen Brief (Abb. 123 a–c). Seine im Brief geäußerte Kritik brachte er ferner über seinen Beitrag zur Ausstellung zum Ausdruck, mit dem er den Wegzug von Künstlerinnen und Künstlern aus der Region thematisierte und zugleich auf die durch den Wegzug neu entstandenen Verbindungen zwischen den Kantonen Appenzell und Städten wie Berlin und Wien anspielte.

Mittels der gewählten Darstellung machte Fricker auf eine Problematik – in deren Kontext auch die Ausstellung gelesen werden konnte – aufmerksam, die der australische Kunsthistoriker, -kritiker und Künstler Terry Smith 1974 als „THE PROVINCIALISM PROBLEM“ bezeichnete.²³⁰ Die Ausstellung, die unter dem Motto *Appenzell kulturell* stand, wollte mit den Vorurteilen, mit denen sich Kunstschaffende auf dem Land konfrontiert sahen, und mit dem Klischee aufräumen „in der Appenzeller Kultur gebe es nur bauernmalende, naturjodelnde und streichmusizierende Bauern und Sennen“.²³¹ Es war der Versuch, der verbreiteten Vorstellung, Appenzell sei „langweilig, engstirnig und konservativ“,²³² die eine Umfrage Ende der 1980er-Jahre ergeben hatte,²³³ etwas entgegenzusetzen. Am meisten

H.R.Fricker, Hüttschwende, 9043 Trogen AR

OFFENER BRIEF

an die AppenzellerInnen

Die Kantone Appenzell A.Rh und Appenzell I.Rh werden an der Olma 1989 (12. bis 22. Oktober) Gastkantone sein.

Die für das kulturelle Rahmenprogramm zuständige Kommission "Olma-Kultur" setzt sich wie folgt zusammen: Hans Jürg Schär, Ratschreiber, Herisau; Dr. Peter Fässler, Kantonsschullehrer, St. Gallen; Walter Frei, Lehrer, Herisau; Agathe Nisple, Galeristin, Appenzell; Andreas Schefer, Journalist, Zürich; Bernhard Tagwerker, Künstler, St. Gallen.

Im Historischen Museum St. Gallen will die Arbeitsgruppe einen repräsentativen Einblick in das Schaffen der jüngeren Künstlergeneration beider Appenzell bieten. Dazu lud sie folgende Künstler ein: Markus Dulk, Berlin; Spallo Kolb, Wien; Heinz Reifler, Untersiggental; Markus Zürcher, Bern; Jürg Altherr, Zürich; Gerda Tobler, Zürich; Verena Sieber, Zürich; Klaus Lutz, Zürich; Roman Signer, St. Gallen; Bernhard Tagwerker, St. Gallen; Hans Schweizer, Bühler; Ueli Bänziger, Rehetobel; H.R. Fricker, Trogen.

Abb. 123 a–c] Offener Brief von H. R. Fricker, 1989, Fotokopie, 3 Seiten, je 29,7 × 21 cm.

Aufmerksamkeit erhielt die im Rahmen der Ausstellung aufgeführte Kunstaktion von Roman Signer, der an der Bahnlinie von Appenzell nach St. Gallen eine Zündschnur gelegt hatte, die „mit provokativer Langsamkeit“²³⁴ 35 Tage zum Abbrennen benötigte. Gewissermaßen rückte Signer mit seiner Aktion Appenzell ins Zentrum. Ausgehend von Appenzell sprang, dank Signer, gewissermaßen der Funke in die Stadt St. Gallen. Allerdings traf der Funke mit Verspätung erst nach der Eröffnung der Ausstellung in St. Gallen ein.²³⁵ Darüber hinaus illustrierte die

Zehn der dreizehn ausgewählten Künstler leben also ausserhalb des Appenzellerlandes. Der Schluss drängt sich auf: NUR EIN WEGGEZOGENER KÜNSTLER IST EIN GUTER APPENZELLERKÜNSTLER. Warum nicht gleich auf die drei "Einheimischen" verzichten und der Ausstellung einen passenden Titel geben, z.B. APPENZELLER KÜNSTLER IM EXIL oder VERDRAENGUNG - DAS MOTTO DER APPENZELLISCHEN KULTURPOLITIK ?

Kein Appenzeller Bauer käme auf die Idee an der Olma Leistungsschau Simmentaler Kühe zu zeigen. Er wäre stolz, Vieh gezüchtet zu haben das den Verhältnissen entspricht.

Warum diese Vorführung von Künstlern die mit Steuergeldern anderer Kantone "grossgezogen" wurden? Will man sich auf diese Weise beim Kanton St. Gallen bedanken? Die St. Galler haben mit einer grosszügigen Kulturpolitik viele dieser "Appenzeller Künstler" gefördert, ihnen die zur Entwicklung notwendige Infrastruktur geboten und ihre Leistungen mit Preisen anerkannt.

langsame Übertragung des Funkens gleichsam symbolisch die erschwerte Wirkkraft von Kunstschaffenden aus der Peripherie auf die „Zentren“ der Kunst.

Terry Smith, der Provinzialismus in erster Linie als unterwürfige Haltung „gegenüber einer äußerlich auferlegten Hierarchie kultureller Werte“²³⁶ definierte, ging in seiner Theorie zum Provinzialismus davon aus, dass vom Land kommende Künstlerinnen und Künstler solange als provinziell gelten, solange das Kunstsystem in seiner bestehenden Form erhalten bleibt. Smith schrieb:

Das Zehn-zu-drei-Verhältnis sei Zufall, erklärten die Mitglieder der Arbeitsgruppe, an der Sitzung vom 9. Januar den Künstlern. Man habe lediglich einen qualitativ hochstehenden Querschnitt aus der Ausstellung "Appenzeller Kunst Heute" 1987 in Herisau, gewählt.

Für die Olma-Ausstellung wurden wiederum von überallher "Appenzeller" zusammengesucht. Der Stammbaum als Alibi um bekannte und auswärts anerkannte Künstler zu integrieren mit denen sich Staat machen lässt? Eine Kunstausstellung zur Imagepflege eines Kantons? Dass die Künstler aufgefordert wurden, in ihrer Arbeit den "Gedanken Appenzell" zu berücksichtigen, deutet in Richtung touristischer Zielsetzungen.

Die Kunst als Manövriermasse für die Zwecke der Verwaltung? Den Künstlern wurde ein Beitrag an die Materialkosten zugesichert, ein Honorar ist nicht vorgesehen. An der oben erwähnten Sitzung meldeten sich auch kritische Künstler Stimmen. "Es steht selbstverständlich jedem Künstler frei, sich zurückzuziehen, wenn er mit den Anordnungen der Arbeitsgruppe nicht einverstanden ist", war die Antwort.

2. März 1989
Handwritten signature and date

„There seems no way around the fact that as long as strong metropolitan centers like New York continue to define the state of play, and other centers continue to accept the rules of the game, all the other centers will be provincial, ipso facto. As the situation stands, the provincial artist cannot choose not to be provincial. The complex history of the ‚expatriates‘, most of whom eventually return, highlights this dilemma“.²³⁷

Der Artikel „THE PROVINCIALISM PROBLEM“²³⁸ von Terry Smith erschien 1974 im Magazin *Artforum*. Smith hob darin die Rolle New Yorks als Zentrum der Kunst hervor. Dabei ging Smith jedoch nicht auf die Entstehungsgeschichte New Yorks als Zentrum der Kunst ein, zu dem es erst Anfang der 1940er-Jahre aufgestiegen war.²³⁹ Smith erklärte, dass, obwohl es sich bei dem Kunstsystem um ein künstliches Konstrukt handele, dieses in einer Weise akzeptiert werde, dass es nahezu unumstößlich sei. Smith schrieb:

„Most of us treat this projection as if it were a construction of reality – and it is, in the sense that it is almost universally shared. However, those who are able to live adequately within the framework of respect for the essential differentness of diverse yet related cultures recognize that the projection does not have the force of ‚natural law‘.“²⁴⁰

Smith wies damit ausdrücklich darauf hin, dass das System nicht auf einem Naturgesetz basiere und folglich wandlungsfähig sei. Darüber hinaus erklärte Smith mit seinem Artikel, dass aufgrund der hierarchischen Gestaltung des Kunstsystems alle, die für das System arbeiten (Kunstschaffende, Kritikerinnen und Kritiker, Sammlerinnen und Sammler, Händlerinnen und Händler sowie Galeriegäste) und dieses aufrechterhalten würden, ebenfalls provinziell seien. Er schrieb: „Most New York artists, critics, collectors, dealers, and gallery-goers are provincialist in their work, attitudes and positions within the system“.²⁴¹ Des Weiteren hob Smith hervor: „New York’s most typically local (i. e., regional) characteristic might be the totality of its self-contradiction as a possible culture. Membership in this culture is paradoxically secured in alienation from it“.²⁴²

Smiths Darstellung vom Problem des Provinzialismus führt zu der Annahme, dass die sich mehr oder weniger gegen das System richtenden Bewegungen quasi aus Notwehr – zum Erhalt des Systems – bisweilen vom Zentrum der Kunst aufgenommen werden mussten, sodass folglich paradoxerweise nicht unbedingt die sich am System anpassenden, sondern die sich gegen das System auflehrenden künstlerischen Haltungen bessere Chancen auf Erfolg haben müssten.

Im Zusammenhang mit der Mail Art stellen sich die Fragen, wie sich das Netzwerk der Mail Art eigentlich zum Zentrum New York und zu der von diesem Zentrum ausgehenden Macht verhielt und ob das Netzwerk der Mail Art als eine Protestbewegung zu verstehen war oder doch nur eine Alternative für Kunstschaffende darstellte, die vom Kunstzentrum unbeachtet blieben und keinen öffentlichen Erfolg hatten. Ebenfalls ist die Frage aufzuwerfen, inwieweit sich das Netzwerk der Mail Art in eine Beziehung zu dem Kunstsystem setzte, das

hierarchisch strukturiert war, das über ein Zentrum und eine Meinungsmacht verfügte und das Smith in seinem Artikel „THE PROVINCIALISM PROBLEM“ als ungerecht beschrieb. Beantwortet werden könnten diese Fragen mit der Annahme, dass sich das Netzwerk dazu bewusst in Opposition stellte und sich somit gerade über die Gegensätze in eine Beziehung zu dem tradierten Kunstsystem setzte. Im Gegensatz zu dem von Smith skizzierten Kunstsystem ist das Netzwerk der Mail Art nicht hierarchisch organisiert – es ist dezentral, es grenzt keine Personen oder Personengruppen aus, es wird nicht konkurriert und alles, was zu einer Show eingesandt wird, wird nach den ungeschriebenen Regeln gezeigt. Publikum und Konsumierende im herkömmlichen Sinne existieren im Netzwerk der Mail Art nicht mehr – alle machen mit, gestalten mit und sind selbstverantwortlich. Das Netzwerk der Mail Art eröffnete unabhängig vom Aufenthaltsort der sendenden und empfangenden Personen, ob in ländlich abgechiedener und ruhiger Lage oder mitten in einer vibrierenden Metropole, als Vorform zu den neuen sozialen Medien den Partizipierenden ein globales kommunikatives Handeln. Trotz ihrer oppositionellen Haltung bedienten sich die Teilnehmenden Praktiken und Medien, die im etablierten kommerziellen Kunstsystem gebräuchlich waren, so etwa dem Ausrichten von Ausstellungen, dem Erstellen von Katalogen und dem Dokumentieren von Aktionen, weshalb Judith A. Hoffberg Anfang der 1980er-Jahre behauptete,²⁴³ dass das Netzwerk zunehmend lediglich eine Alternative darstellen würde. Als es in den 1980er-Jahren mit der steigenden Teilnehmerszahl zu einer Vermischung von Schwerpunkten und Interessen im Netz kam, begann das Netz, sich tiefergehend mit seinen Ursprüngen zu befassen. Dazu zählt beispielsweise, wie bereits beschrieben, das 1984 von Michael Crane und Mary Stofflet herausgegebene Buch *Correspondence Art. Source Book for the Network of International Postal Art Activity*. Die Textsammlung wirkt geradezu wie ein Versuch, ein Bewusstsein für die Geschichte von Mail Art zu schaffen, um die im Netz vorherrschenden Ideale wie Gerechtigkeit und Gleichheit auch für die Zukunft bewahren zu können.

Darüber hinaus könnte diese von Mail Artisten selbst vorgenommene Historisierung, bei der Zusammenhänge zwischen Mail Art und den bereits in die Kunstgeschichte eingeschriebenen Kunstrichtungen wie Dada und Fluxus betont wurden, ein Indiz für das Interesse sein, Mail Art als Kunstform hervorheben und als solche etablieren zu wollen. Der Begriff Mail Art unterstrich regelrecht, wie auch Ulises Carrión betonte, dass ihre Tätigkeit eindeutig eine Form von Kunst darstelle.²⁴⁴ Die wiederkehrende Bezugnahme, mitunter in Form von visuellen und schriftlichen Hommagen auf Dada und Fluxus, auf Ray Johnson und auf die von Johnson gegründete New York Correspondance School, die 1970 vom Whitney Museum of Art mit einer Ausstellung als eine Kunstform

öffentlich Anerkennung erfahren hatte, kann als Bemühung der Mail Artisten gedeutet werden, sich Legitimation und Geltung auch in der ungerechten Kunstwelt zu verschaffen, gegenüber der das Netzwerk eigentlich eine ablehnende Haltung äußerte. In der Auseinandersetzung mit dem Phänomen Mail Art werden sehr häufig Ray Johnson und dessen Bildwelt genannt, obwohl, wie Guy Bleus schrieb, der Ursprung von Mail Art nicht genau bestimmt werden könne, „da viele Antworten möglich und gültig [seien]“.²⁴⁵ Der selbstreferentielle Aspekt im Netz machte schließlich auch diejenigen, die dem Netzwerk erst zu einem späteren Zeitpunkt beitraten, auf Ray Johnson aufmerksam, wie Robert Rudine berichtete:

„There was a self-referential aspect in mail art, in his own history, in his own antecedents, you couldn't avoid imagery about Ray Johnson, so that is how I learned that art history was from graphic images, that were being exchanged, that would lead me to dig a little deeper“.²⁴⁶

Ray Johnson setzte sich im Vergleich mit anderen Künstlerinnen und Künstlern auf eine ungewöhnliche Art und Weise mit Kunst auseinander, wie Anna Banana erklärte, die sich mit der Außenseiterrolle, mit der Johnson geradezu kokettierte, identifizieren konnte.²⁴⁷ Während einige Kunstschaaffende in den 1960er-Jahren Happenings veranstalteten, machte Johnson Nothings. Im Netzwerk der Mail Art konnte Johnson die Rolle des Außenseiters jedoch nicht aufrechterhalten. Obwohl es im Widerspruch zu den Maximen im Netz stand, wurde Johnson als „Grand Dada of Mail Art“²⁴⁸ regelrecht zum Star der Szene. Seine Bekanntheit im Netz hatte zur Folge, dass Korrespondenzpartnerinnen und -partner seine typischen Aufforderungen wie „Please add to & send on“ oder „Please add to & return to“ nicht mehr befolgten, sondern Sendungen von Ray Johnson wissentlich zurückhielten. Die Methode, sowohl kopierte als auch veränderte Arbeiten ins Netz zurückzuführen, ließ, wie Carl T. Chew berichtete, einige Arbeiten irrtümlich als Originale von Ray Johnson erscheinen: „[...] many things in the mail that were reported to be Ray Johnson's work but I don't think they were. I think they were people copying Ray Johnson, fake Ray Johnson, or copies of Ray Johnson“.²⁴⁹

Obwohl der Verzicht auf Copyright und die Möglichkeit, die gleichen Pseudonyme zu nutzen, eine ablehnende Haltung der Mail Artisten gegenüber einem Starkult ausdrückten, wurde an der herausragenden Stellung von Ray Johnson im Netz geradezu festgehalten. Die aus dem internationalen Netzwerk der Mail Art hervorgegangenen vielfältigen Arbeiten lassen die Schlussfolgerung zu, dass ein besonderes Merkmal für das Netzwerk der Mail Art gerade das

Widersprüchliche war. Auf die Frage, ob das Netzwerk der Mail Art nun eine Form von Protest oder doch nur eine Alternative zum willkürlich und ungerecht erscheinenden Kunstmarkt war, fand Fricker mit seiner Marke *The Big I(Deal)* (1989) im Grunde eine passende Antwort (Abb. 11). Es war beides – es war sowohl Protest als auch eine Alternative. Letztlich verhalfen erst die im Netz hochgehaltenen Ideale zu einer Chancengleichheit. Das Netz bot Ausstellungsmöglichkeiten für alle. Daher bestand, wie Fricker durch die Gestaltung seiner Marke andeutete, eine direkte Verbindung zwischen Ideal und Deal. Im übertragenen Sinn lässt sich in der von Fricker kreierten Marke die Frage herauslesen: Was war ausschlaggebend, um sich dem Netzwerk anzuschließen, das Gleichheitsprinzip oder die Aussicht auf ein Publikum? Zugleich spielte er über das Medium Briefmarke, das aufgrund des kleinen Formats nur wenig Gestaltungsmöglichkeit bietet, auf die begrenzten Möglichkeiten für Aussagen und Bilder an. Nach den gängigen Regeln des Kunstmarktes war schon deshalb mit Mail Art kein „Big Deal“ zu landen. Wie im vierten Kapitel und zu Beginn dieses Kapitels bereits dargestellt, waren für Fricker drei zentrale Punkte entscheidend, um Mail Art zu machen: die im Netz geltende demokratische Einstellung, sein Interesse und Wunsch nach Kollaboration und Austausch mit anderen Kunstschaaffenden sowie die Überwindung der geographischen Distanz seines Wohnortes zu den Zentren der Kunst. Aufgrund seiner bereits in seinen frühen künstlerischen Arbeiten erkennbaren Haltung ist davon auszugehen, dass er Smiths Kritik am ausgrenzenden Kunstmarkt vermutlich zugestimmt hätte, obwohl er den Artikel von Terry Smith mit dessen Theorie zum Provinzialismus-Problem wahrscheinlich nicht kannte. Als Smith Mitte der 1970er-Jahre seine Theorie verfasste, hatte das Netzwerk der Mail Art bereits an Bedeutung gewonnen. Sowohl Smiths Auseinandersetzung als auch das Wachstum des Netzwerks können durchaus als Indikatoren für die zu jener Zeit gesteigerte Kritik am Kunstmarkt gedeutet werden. Der Austausch über den postalischen Weg verringerte nahezu das Missverhältnis zwischen Provinz und Zentrum. Unabhängig von seiner Wohnsituation begann Fricker, über seine Beteiligung im Netzwerk der Mail Art global aktiv zu werden. Die Tätigkeit als Mail Artist eröffnete ihm Einblicke in das Schaffen von anderen Künstlerinnen und Künstlern aus den verschiedensten Ländern. Wenngleich er dafür seinen Wohnort nicht verlassen musste, entschied er sich, Mail Artisten persönlich zu treffen.

Seine erste Reise führte ihn ins Zentrum der Kunst nach New York. Dort fertigte er den Markenbogen *NET-WORK-CITY/NEW-YORK-CITY*²⁵⁰ an und entwickelte den Slogan *School is over now (Sorry Ray Johnson)*. Daneben gebrauchte er eine weitere und veränderte Version des Slogans *DEAR RAY JOHNSON MAIL-ART IS NO LONGER A SCHOOL (SORRY) IT'S NOW A TOURIST-OFFICE YOURS*

Abb. 124] Bearbeitetes Kuvert von H. R. Fricker 1989 u. a. mit dem Slogan DEAR RAY JOHNSON MAIL-ART IS NO LONGER A SCHOOL (SORRY) IT'S NOW A TOURIST-OFFICE YOURS TRULY H. R. FRICKER, 11,5 × 22 cm, Privatsammlung James W. Felter.



Abb. 125 a] Netland 9, um 2000, Markenbogen mit dem Porträt von Rod Summers, welcher Frickers Cap „Damed to be a Tourist“ trägt, Farbfotokopie, perforiert, 21 × 29,7 cm, signiert, vgl. 4.64.

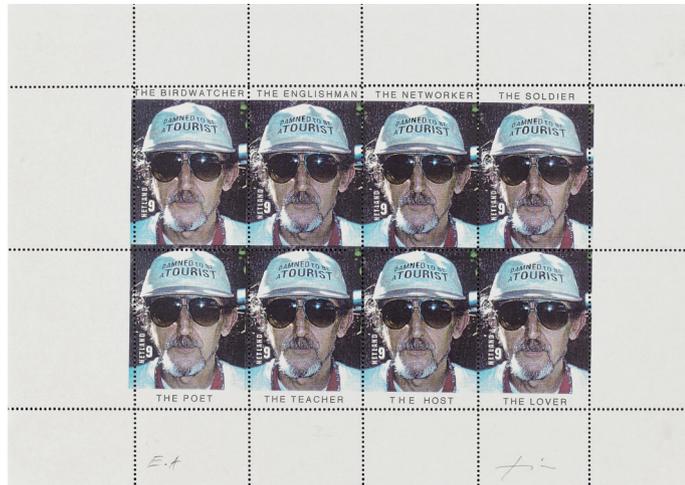


Abb. 125 b] Passbilder von H. R. Fricker aus einem Automaten, Schwarz-Weiß-Fotografie, 12 × 9 cm, mit Letraset-Beschriftung, rückseitig abgestempelt mit Feldpoststempel, vgl. 1.11.

TRULY H. R. FRICKER (Abb. 124), mit dem er sich und die zweite Generation von Mail Artisten, zu der er zählte, von Ray Johnson und der NYCS unabhängig erklärte. Im Netzwerk der Mail Art trat Fricker selbstbewusst als Networker und Tourist auf. Er führte ein Büro und leitete ein Networker Hotel. Fricker übernahm mehrere Rollen gleichzeitig, zu denen, wie er selbst angab, auch die des Aggressors zählte. Die Zeit, als sich Fricker tagsüber, während seine Frau im Werkheim Neuschwende tätig war, um die Kinder und den Haushalt kümmerte, abends für das St. Galler Tagblatt arbeitete und sich dabei zeitgleich versuchte, künstlerisch zu entwickeln, machte ihm seine Lebenssituation deutlich, unterschiedlichste Aufgaben und Erwartungen erfüllen zu müssen. Als er ab 1981 ins Netzwerk der Mail Art eintrat und begann, sich mit Mail Artisten auszutauschen, konnte er feststellen, dass bis auf einige wenige Ausnahmen der Großteil seiner Mail Art-Kollegenschaft ebenfalls neben der Kunst anderen Arbeiten nachging. Im Gespräch bemerkte Fricker, dass ihm in den 1980er- und 1990er-Jahren eine Nebentätigkeit zum Leben noch ausgereicht habe und daneben genug Zeit und Energie geblieben sei, um Kunst unabhängig von wirtschaftlichen Interessen zu machen.

In diesem Zusammenhang und im Kontext der für das Netzwerk der Mail Art kennzeichnenden Wechselbeziehung zwischen sendender und empfangender Person gebraucht Fricker den Begriff der Rollenflexibilität, mit dem er auf die Fähigkeit verweist, sich auf verschiedene Rollen einzulassen, die mitunter gleichzeitig ausgeübt werden und an die teils Erwartungen geknüpft sind. Der Markenbogen, den Fricker für seinen Mail Art-Kollegen Rod Summers gestaltete, thematisiert diese Rollenflexibilität. Er ist perforiert und besteht aus acht Marken, die ein Porträt von Rod Summer mit Sonnenbrille und Frickers Cap *DAMNED TO BE A TOURIST* zeigen (Abb. 125 a). Jede Marke trägt eine andere Bezeichnung: THE BIRDWATCHER, THE ENGLISHMAN, THE NETWORKER, THE SOLDIER, THE POET, THE TEACHER, THE HOST und THE LOVER. Fricker erklärte damit Rod Summers zum Träger von zum Teil widersprüchlich erscheinenden Rollen. Der Markenbogen lässt an das zwölfteilige Fototableau *Das Menschliche Antlitz im Spiegel Soziologisch-Nervöser Prozesse* (1976/1977) von Jürgen Klauke denken. Es zeigt den deutschen Künstler in gleicher Pose, mal grinsend mal ernst blickend. Dabei trägt jedes Foto eine andere Überschrift (Richter, Artist, Beamter, Anarchist, Soldat, Mörder, Bulle, Schwuler, Heiliger, Süchtiger, Priester, Schwachsinniger) (Abb. 126). Dieses Spiel mit verschiedenen Rollen, für das auch die US-amerikanische Künstlerin und Fotografin Cindy Sherman berühmt wurde,²⁵¹ kann als eine Analyse von Selbst- und Fremdbildern

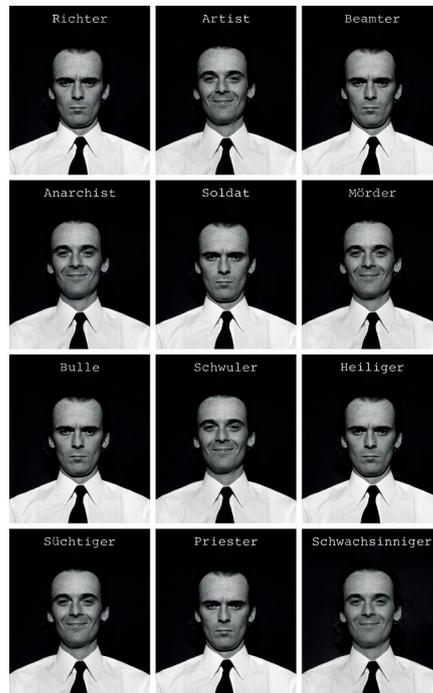


Abb. 126] Jürgen Klauke, *Das Menschliche Antlitz im Spiegel Soziologisch-Nervöser Prozesse*, 1976/1977 © Pictoright Amsterdam 2020.

und als eine Befragung von Identitäten gelesen werden; darüber hinaus verweist es gewissermaßen auf den Wunsch, mit herkömmlichen Vorstellungen und Strukturen zu brechen.

Die später entstandenen Schilder *Charaktersätze* lassen erahnen, dass Fricker diese Flexibilität²⁵² nicht allein als ein Spiel mit fremden Rollen versteht (Abb. 53). Die sogenannten *Charaktersätze* setzen sich aus mehreren Schildchen zusammen, die mit Charaktereigenschaften beschriftet sind. Sie dienen als Personenbeschreibungen und machen gleichsam deutlich, dass jeder Mensch unterschiedliche Eigenschaften und Fähigkeiten besitzt, die ihn kennzeichnen und beweglich machen sowie auch einschränken können.

Frickers Arbeitsweise zeigt, dass er mittels seiner Kunst nahezu von Beginn an die in der Gesellschaft vorherrschenden Rollenbilder und Vorstellungen gezielt infrage stellte und sich nicht vorgegebenen Meinungen und gängigen Verhaltensweisen ungeprüft anschließen wollte, so etwa der ungleichen Stellung von Männern und Frauen in den Kantonen Appenzell, die erst 1989 bzw. 1990 ein gleiches Stimm- und Wahlrecht erhielten. Nebst seinem Engagement für die Gleichstellung bildete das Ausüben verschiedener Rollen für Fricker ein wesentliches Thema, das auch in seiner Biografie begründet liegen mag. Darüber hinaus war die im Netzwerk der Mail Art von den Teilnehmenden praktizierte Rollenflexibilität wesentlich für Frickers weitere künstlerische Entwicklung. Er verinnerlichte die Rollenflexibilität als eine Form von Haltung. Bezogen auf das Provinzialismus-Problem bot vor allem diese Rollenflexibilität den Mail Artisten die Möglichkeit, unabhängig von ihren Wohn- und Arbeitsorten dezentral und global zu handeln. Dem Netzwerk der Mail Art wurde bisweilen eine progressive und emanzipatorische Kraft zugesprochen, die dazu verhelfen sollte, Kunst und Kultur aus ökonomischen Zwängen zu befreien und Teilhabe zu ermöglichen. In den 1990er-Jahren setzte mit dem Beginn der Digitalisierung der Prozess einer neuen Form der Konnektivität ein, die vor allem in der Arbeitswelt eine dezentrale Form des Arbeitens ermöglicht hat – das sogenannte digitale Nomadentum. In der Kunstwelt scheint hingegen trotz ihrer zunehmend polyzentrischen Entwicklung weiterhin eine Diskrepanz zwischen Zentren und Provinzen zu bestehen.

Diese Debatte über das Missverhältnis zwischen Provinz und Zentrum befeuerte Fricker in gewisser Weise mit seinem Beitrag an der Gruppenausstellung *Appenzell kulturell* 1989. Auch lassen sich in weiteren Arbeiten von Fricker Anspielungen finden, die eine Auseinandersetzung mit der Thematik erkennen lassen. Als Fricker 1996 beispielsweise eine Einzelausstellung im Buchladen und in der Galerie Goldenes Kalb am Ziegelrain in Aarau hatte, präsentierte er einzig ein eigens für die Ausstellung angefertigtes Schild, auf dem in goldenen

Lettern „denk es global“ stand. Fricker, der verschiedentlich Anagramme gebraucht, entdeckte in dem Namen Goldenes Kalb das Anagramm *denk es global* (Abb. 127 a, b).²⁵³ Während er 1989 mit seiner Arbeit *Gebetstrichter* Künstlerinnen und Künstler, die ihre Heimatkantone Appenzell verlassen hatten, im übertragenen Sinn anrief, betonte er über das Anagramm *denk es global* eine Einstellung, den Herausforderungen der Globalisierung sinnbildlich mit „think global, act local“ zu begegnen. Das Anagramm *denk es global*, das auch als ein Ausdruck für seine Haltung interpretiert werden kann, liest sich im Zusammenhang des Provinzialismus-Problems geradezu wie ein Lösungsvorschlag.

Vom Stempel zum Schild

Als ein wesentliches Mittel der Kommunikation spielte in der Mail Art vor allem die Sprache eine zentrale Rolle.²⁵⁴ Für den internationalen Austausch, wie er im Netzwerk der Mail Art praktiziert wurde, diente vornehmlich die englische Sprache, da diese als eine Weltsprache von den meisten Mail Artisten verstanden wurde. Auch Fricker gebrauchte für viele seiner im Kontext der Mail Art kreierten Slogans die englische Sprache. Dem Künstler erschienen Stempel, Marken und Briefe, die eine Verknappung von Aussagen notwendig machten, als besonders gut geeignete Träger, um im Netz bestehende Sprachbarrieren zu überwinden, da sie nebst Text zudem meist Bilder transportierten.²⁵⁵ Gerade dieses Zusammenspiel von Bild und Sprache in konzentrierter Form erleichterte Frickers Auffassung nach eine weltweite Verständigung. Er nahm von Beginn an in seiner Kunst Sprachelemente auf, wie seine in den 1970er-Jahren geschalteten Inserate und seine im Stadtraum St. Gallen und in Zürich gestreuten Kleinplakate bezeugen. Noch vor seinem Beitritt in das Netzwerk hantierte Fricker mit Postkarten und mit den Stempeln Auslöser und Richtung. Das Medium Briefmarke hingegen erschien in seinem Werk erstmals ab den 1980er-Jahren. Daraus lässt sich ableiten, dass Fricker erst über seine Auseinandersetzung mit Mail Art das Medium für sich entdeckte und sich dieses erst nach seinem Eintritt ins Netz auch außerhalb des Netzwerks für seine künstlerischen Zwecke aneignete.

Die im Netzwerk der Mail Art gebräuchlichen Medien wie Postkarte, Kuvert, Artistamp und Stempel zwangen Mail Artisten regelrecht – allein bedingt durch die Formate der Medien – sich in ihren Aussagen zu beschränken.²⁵⁶ Zum Teil wurden per Stempel einzig Schlagworte verbreitet. Diese konnten in Kombination mit weiteren Stempeln und/oder Artistamps neue assoziative Sinnzusammenhänge ergeben. Häufig ließen Mail Artisten ihre Entwürfe für Stempel speziell anfertigen oder sie stellten sie selbst her. Für die Anfertigung eigener



Abb. 127a] denk es global, 1996, Aluminiumschild, 8,5 × 48 cm, Auflage 15 Exemplare, signiert, vgl. 7.10.

Abb. 127b] DENK ES GLOBAL (GOLDENES KALB), zwischen 2008 und 2010, Anagramm, Buchstabenhöhe 6 cm, Buchstabentiefe 1,9 cm, Länge variabel, vgl. 7.07.



Abb. 128] Stempelabdrücke aus MAIL ART IS NOT FINE ART, IT'S THE ARTIST WHO IS FINE, Designbuch Verlag, Cremlingen, 1987, vgl. 4.58.



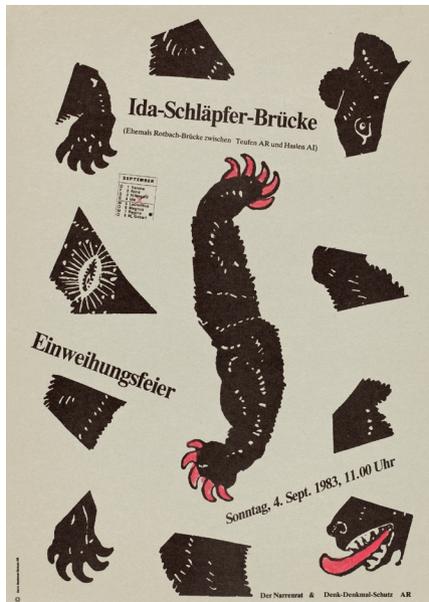
Abb. 129] 67 Stempel von H. R. Fricker aus dem Archiv des Museums für Kommunikation Bern, vgl. 4.61.



Abb. 130] Ida-Schläpfer-Brücke, 1983, Aluminiumschild, Siebdruck, 12 × 32 cm, vgl. 3.12.

Stempel wurden gelegentlich Radiergummis eingesetzt.²⁵⁷ Auch wurden Stempel gebraucht, die im Handel erhältlich waren.²⁵⁸ 1987 erschien von Fricker in einer kleinen Auflage von fünfzig Exemplaren, in der Schriftenreihe Aktuelle Kunst von Bernd Löbach herausgegeben, ein per Hand bestempelter Band (Abb. 128). Dieser beinhaltete 62 Stempelabdrucke von Frickers im Netzwerk zirkulierenden Slogans sowie 76 Namen von Mail Artisten, was gewissermaßen als Ausdruck seiner Wertschätzung für die Mail Art-Kollegenschaft gelesen werden kann.²⁵⁹ Der Großteil der von Fricker kreierten und im Netzwerk der Mail Art von ihm gebrauchten Stempel befindet sich heute in der Sammlung des Museums für Kommunikation in Bern (Abb. 129).²⁶⁰

Nachdem Fricker 1981 einzig mittels eines Stempels sein Büro für künstlerische Umtriebe auf dem Land gegründet hatte (Abb. 23), kreierte er im Zuge seiner beginnenden Tätigkeit im Netzwerk der Mail Art weitere Stempel und schließlich auch Briefmarken. Für seine Aktionen rund um *Ida Schläpfer* ab 1981/1982 nutzte er diverse Medien: Er schaltete Inserate, gestaltete Plakate, gebrauchte eigens entworfene Stempel und Briefmarken und erstmals nutzte er auch Fähnchen, Buttons und 1983 ein Schild. Dabei handelte es sich um ein im Siebdruckverfahren bedrucktes Aluminiumschild mit den Maßen 12 × 32 cm. Mit der Angabe „Ida-Schläpfer-Brücke“ und dem Zusatz „Denk-Denkmal-Schutz AR“²⁶¹ hatte Fricker 1983 im Zusammenhang einer Initiative zum Erhalt der Rotbachbrücke im Appenzellerland dieses Schild entwickelt (Abb. 130). Die Rotbachbrücke war baufällig und ihre Instandsetzung hätte zu hohe Kosten verursacht, weshalb sie abgerissen werden musste. Vor dem Abriss lancierte Fricker 1983 eine Feier zur Umbenennung der Rotbachbrücke in *Ida-Schläpfer-Brücke* (Abb. 131 a, b). Mit der außergewöhnlichen Bauweise der alten Brücke mit S-förmiger Fahrbahn assoziierte Fricker den Namen Schläpfer. Daneben war bereits ein Teil der neu geplanten Brücke entstanden, die in ihrer geradlinigen Wegführung Fricker das I für Ida²⁶² lieferte. Damit richtete er erneut die Aufmerksamkeit auf die von ihm bereits 1981 erfundene Frauenfigur, mit der er sich für das Frauenwahlrecht engagierte. Parallel zum Schild entwarf Fricker Plakate und gestaltete mit dem Abbild der Brücke zum Anlass des bevorstehenden Abbruchs Sonderbriefmarken, die er adressiert an Regierungs- und Kantonsräte strafportpflichtig versandte und als *Appenzeller Brückenmord I.* betitelte.²⁶³ Für seine im Zusammenhang mit *Ida Schläpfer* gefertigten Arbeiten griff er somit sowohl auf die von ihm im Vorfeld seiner Mail Art als auch auf die in seiner Mail Art von ihm genutzten Medien zurück. Daneben gebrauchte er zudem erstmals das Schild. In der Folge setzte Fricker jedoch zunächst weiterhin vornehmlich die gängigen Ausdrucksmittel der Mail Art ein. Erst ab 1990 gewann das Schild für ihn an Bedeutung, das schließlich in den Vordergrund seiner künstlerischen



Tätigkeit rückte. 1990 entstand Frickers erstes Orte-Schild *Ort der List*.²⁶⁴ Im Vorfeld hatte Fricker seine ab 1982 an verschiedenen Stellen gebauten Öfen, die er Personen widmete, jeweils als *Ort der List* bestimmt (Abb. 132 a, b). Mit der Betitelung spielte er auf die Legende „Die Mordnacht von Luzern“ an, in der ein Junge durch einen Ofen unerkannt ein Geheimnis verriet und über seine List das Leben von Menschen retten konnte.²⁶⁵ Aus dem Dokumentationsfoto seines

Abb. 131 a] Ida-Schlöpfer-Brücke, 1983, Plakat zur Einweihungsfeier, Sonntag, 4. September 1983, 11.00 Uhr, Offsetdruck, koloriert, 30,7 × 22 cm, vgl. 3.11.

Abb. 131 b] Ida-Schlöpfer-Brücke, 1983, Dokumentationsfoto von der Einweihungsfeier, 4. September 1983, 12 × 16 cm, vgl. 3.14.

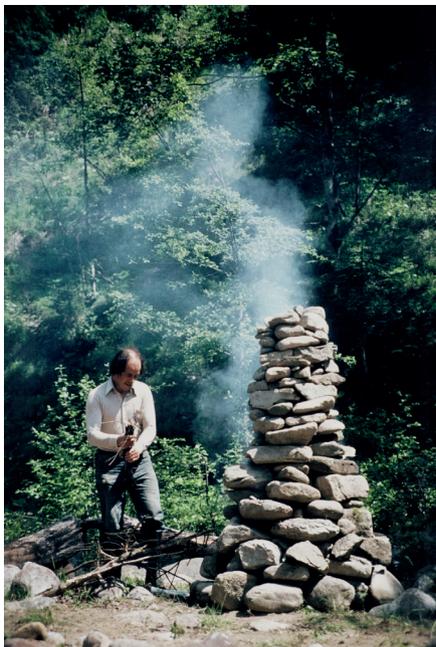


Abb. 132 a] Ort der List, 1982, Ofen für Pawel Petasz, errichtet und befeuert von H. R. Fricker in Lehmen, Appenzell Innerrhoden, Dokumentationsfoto, 30 × 20 cm, vgl. 6.02.

Abb. 132 b] Ort der List, 1984, Ofen für Harald Naegeli, errichtet und befeuert von H. R. Fricker in Berlin, Deutschland, Dokumentationsfoto, 30 × 20 cm, vgl. 6.03.



Abb. 133] Ort der List, 1986, 50 gelbe Buttons mit „Ort der List“ verteilt in St. Gallen, Dokumentationsfoto, Polaroid, 10,7 × 8,8 cm, vgl. 6.07.

1982 in Lehmen, Appenzell Innerrhoden, gebauten und befeuerten Ofens, den Fricker für seinen polnischen Mail Art-Kollegen Pawel Petasz errichtet hatte, gestaltete er 1984 eine Einzelmarke für seinen PANAMA-Bogen.²⁶⁶ Von diesen Öfen ausgehend ließ Fricker für ein Projekt in St. Gallen 1986 etwa fünfzig Buttons mit der Aufschrift *Ort der List*²⁶⁷ herstellen, die er zum gratis Mitnehmen verteilt auf einer Wiese beim Bahnhofspark in St. Gallen auslegte (Abb. 133). Indem Personen die Buttons mitnahmen und sich diese ansteckten, wurden sie als Trägerinnen und Träger der Buttons vom Künstler zu beweglichen Orten erklärt, die sich vom Fundort ausgehend dezentralisierten. Auf ähnliche Weise brachte Fricker bei einem gemeinsamen Auftritt mit seinem Mail Art-Kollegen Jo Klaffki in Minden, Deutschland, verschiedene Orte-Buttons in Umlauf und verbreitete bei der Aktion per Postkarte zudem seinen Slogan *Wenn wir Nomaden wären, würden sich auch die Orte treffen* (Abb. 36 a–c).²⁶⁸

Ausgehend von seinem ersten Orte-Schild 1990 entwickelte er in der Folge verschiedene dreizeilige Orte-Schilder. Es entstanden Orte-Schilder mit den Begriffen Ahnung, Angst, Frau, Illusion, Ironie, Krise, Kritik, Liebe, Lüge, Lust, Nähe, Skepsis, Vision, Welt und Wut, die Fricker sowohl in einer deutschen als auch in einer englischen Fassung bis heute über seine Homepage *Place of Places* vertreibt (Abb. 2). Ab Mitte der 1990er-Jahre begann der Künstler, seine Aktivitäten im Netzwerk der Mail Art zu reduzieren und verstärkt mit Schildern zu arbeiten sowie an Kunst-am-Bau-Ausschreibungen und Projekten teilzunehmen.

Auf diese Weise trat Fricker erneut verstärkt in öffentlichen Räumen als Künstler in Erscheinung, wie auch das folgende Beispiel veranschaulicht, bei dem er seine über die Beteiligung im Netzwerk der Mail Art gewonnenen Kenntnisse und gesammelten Erfahrungen einfließen ließ. 2004 entwickelte Fricker Schilder für das Schweizer Dorf Vnà (Abb. 134 a, b),²⁶⁹ auf denen rätoromanische Worte und deren Übersetzungen in Deutsch, Italienisch, Französisch und Englisch zu lesen waren. Per Los wurden die Schilder unter den Dorfbewohnerinnen und -bewohnern vergeben, mit der Auflage, die Schilder an ihren Häusern anzubringen, wodurch eine Beziehung zwischen Wort und privatem Wohnbereich fingiert wurde. Sein Konzept für die Arbeit zeigt, dass ursprünglich beabsichtigt war, die Platzierung der Schilder jährlich per Losentscheid zu wechseln. Die im Dorf verteilten Schilder mit ihren Übersetzungen in mehreren Sprachen sollten mögliche Hemmschwellen in der Kontaktaufnahme zwischen Urlaubsgästen und Ortsansässigen abbauen und dazu motivieren, trotz ihrer möglicherweise fehlenden Sprachkenntnisse in ein Gespräch zu kommen – vergleichbar mit dem Mail Art-Netzwerk, in dem Menschen aus den verschiedensten Ländern nahezu selbstverständlich in einen Austausch treten.



Abb. 134 a, b] Beschilderung für Vnà, 2004, Dokumentationsfotos, 12 × 18 cm.

Frickers Orte-Schilder sind im Gegensatz zu den Schildern für das Projekt in Vnà quadratisch. Für deren Entwicklung waren neben den erwähnten Öfen, Stempeln und Buttons auch seine quadratischen Kuverts in gewisser Weise als Vorläufer bestimmend, die er im Netzwerk vornehmlich nutzte. Während Fricker noch 1973 mit Acryl auf quadratischen Leinwänden Kreise gemalt hatte, gebrauchte er im Kontext seiner Mail Art-Tätigkeit größtenteils quadratische Briefumschläge, die er oftmals perforierte und mit Artistamps und Stempeln, teils auch mit der Schreibmaschine oder per Hand und ab 1995 mit dem Computer, gleichsam wie Gemälde gestaltete (Abb. 135 a–d). 1994 brachte das PTT-Museum in Bern zu der dort gezeigten Ausstellung *Mail Art. Netzwerk der Künstler* einen Katalog heraus, dessen Gestaltung sich an den für Fricker typischen Kuverts orientierte (Abb. 136 a). Im quadratischen Format ist die Titelseite mit schwarzen Punktlinien als angedeutete Perforation in zwölf gleichgroße Felder unterteilt. Jedes Feld zeigt ein Artistamp-Image. Neben Images der Schweizer Mail Artisten Fricker, Ruch und Stirnemann, die maßgebend an der Realisierung

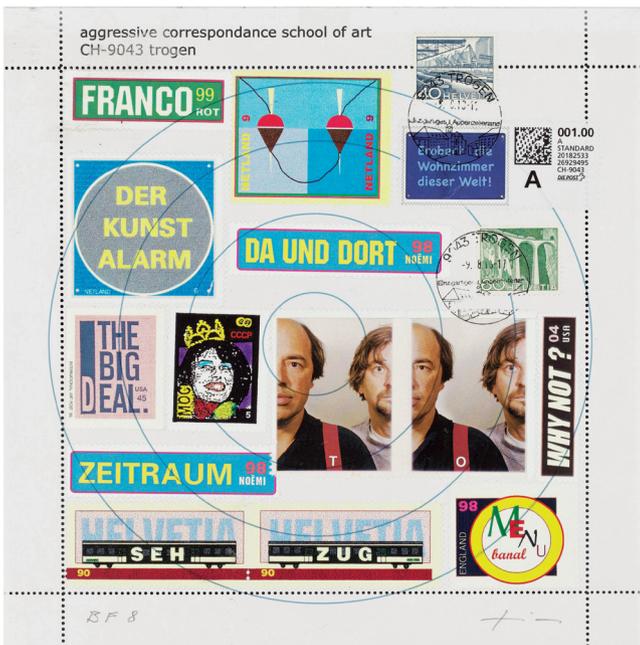
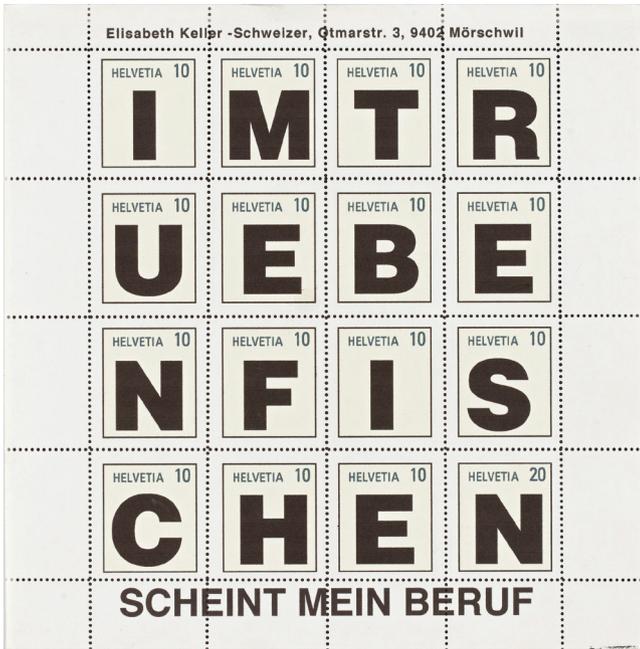
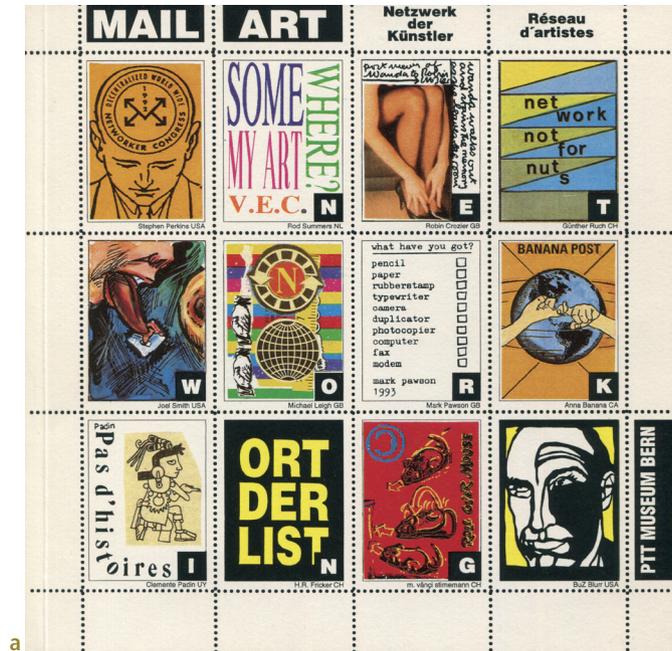
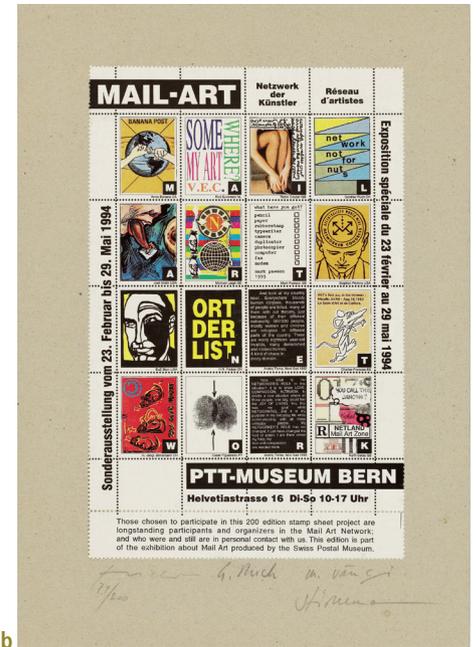


Abb. 135 a–d] Beispiele für bearbeitete, quadratische und perforierte Kuverts, für die H. R. Fricker im Netzwerk der Mail Art bekannt ist, jeweils 22 × 22 cm, signiert, vgl. 4.44–4.46.



a



b



c

Abb. 136 a] Katalogcover von Mail-Art. Netzwerk der Künstler (Bern: Schriftenreihe des Schweizerischen PTT-Museums 1994).

Abb. 136 b, c] Mail Art, 1994, Leporello mit Marken zur Sonderausstellung vom 23. Februar bis zum 29. Mai 1994 im PTT-Museum, Bern, Farbfotokopie, perforiert, Auflage 200, vgl. 4.83.

des Ausstellungs- und Publikationsprojekts mitgewirkt hatten, wurden Markenbilder von Stephan Perkins (USA), Rod Summers (NL), Robin Crozier (GB), Joel Smith (USA), Michael Leigh (GB), Mark Pawson (GB), Anna Banana (CA), Clemente Padin (UY) und Buz Blurr (USA) als Beispiele für Artsistamps aus dem internationalen Netzwerk in das Coverbild eingefügt. Das integrierte Markenbild von Fricker besteht einzig aus den Worten *ORT DER LIST*, die in gelber Schrift auf schwarzem Hintergrund gesetzt sind. Seine Marke wirkt wie eine verkleinerte Abbildung von einem für Fricker später typischen Orte-Schild. Damit lieferte er bereits einen Hinweis auf den sich zu dieser Zeit vollziehenden Wandel in seinem Schaffen, der ihn vom Netz zurück auf die Straße führte.

Miin Ort

Frickers Werke sind thematisch heterogen und komplex. In seinen Arbeiten greifen facettenreich und vielschichtig mehrere Themen ineinander. Es sind unterschiedliche Leserichtungen möglich. Dennoch lassen sich durchaus Kernthemen und Richtungstendenzen in seinem Schaffen erkennen. Neben Bild und Text bildet der Raum in seiner Vielgestaltigkeit eine wiederkehrende und wesentliche Komponente seiner künstlerischen Arbeit. Von Frickers ersten Entwürfen zum Nachbildeffekt um 1973 bis zu seinem 2015 realisierten Kunstprojekt *Steingarten Murgtal*²⁷⁰ bezeugen viele seine Arbeiten – mal mehr, mal weniger – eine Beschäftigung des Künstlers mit dem Thema Raum. Dabei lässt sich zuweilen eine Auseinandersetzung des Künstlers mit realen, gedanklichen wie auch virtuellen Räumen ablesen.

In den vorangestellten Kapiteln wurde bereits veranschaulicht, dass von Anbeginn in Frickers künstlerischem Schaffen dem öffentlichen Raum eine besondere Bedeutung zuteilwurde. Viele seiner Arbeiten entstanden nicht nur in öffentlichen Räumen und wurden dort präsentiert, auch erhob Fricker zuweilen den öffentlichen Raum zum Bildgegenstand. Nachdem Fricker in den 1970er-Jahren noch vornehmlich mit Plakaten und Inseraten öffentliche Bereiche bespielte, verlagerte sich mit seinem Beitritt in das Netzwerk der Mail Art die Präsentation seiner Arbeiten zunehmend in private sowie halböffentliche Räume. Frickers Auseinandersetzung mit der Thematik Raum, mit der er sich im Vorfeld seiner Mail Art-Aktivität intensiv befasst hatte, hörte mit seinem Beitritt ins Mail Art-Netz jedoch nicht auf, sondern wurde in gewisser Weise über seine Teilnahme im Netz sogar noch gesteigert. Schließlich entstanden im Netz Beziehungen zu Menschen aus fremden Kulturen und Ländern, die Fricker gleichsam auf besondere Weise bestärkten, sich weiterführend mit dem Thema Raum zu beschäftigen. Mit dem von ihm ausgerufenen *Tourism* machte er auf bisher von

Mail Artisten wenig beachtete Räume für künstlerische Handlungen aufmerksam. Während innerhalb des Netzwerks vornehmlich der Austausch von Person zu Person untereinander stattfand, versuchte Fricker mit dem Aufruf zum Tourism das Möglichkeitsfeld im Hinblick auf die im Netz praktizierte Interaktion auszuweiten. Er wies mit Tourism ausdrücklich auf den öffentlichen Raum und die verschiedenen Kanäle hin, die sich durch neue technische Entwicklungen aufgetan hatten. Der öffentliche Raum blieb weitgehend auch während seiner Aktivität im Netzwerk der Mail Art somit für sein Schaffen von großer Bedeutung.

Anhand von Werkbeispielen wurde im dritten Kapitel aufgezeigt, wie Fricker unter Verwendung des Mediums Fotografie den Blick in Räume lenkte und diese scheinbar spiegelt. Ebenfalls wurde dargelegt, wie er mittels der Fotografie versuchte, sich bisweilen in ihnen Orientierung zu verschaffen und als Person zu verorten. Dabei stellte er gelegentlich sich und seine Sicht- und Verhaltensweisen oder sein Gegenüber zur Disposition. Einige dort besprochene Arbeiten haben deutlich die Absicht des Künstlers erkennen lassen, mit künstlerischen Aktionen Räume zu öffnen und Grenzen zu überwinden oder aufzubrechen.²⁷¹ Neben seinem Versuch, über Perspektivwechsel Räume neu bzw. anders wahrzunehmen oder sich über ein gezieltes Aufsuchen von Orten und über im Vorfeld festgelegte Blickrichtungen in Situationen einzudenken, setzte Fricker sich auch mit dem Besetzen von Räumen durch den menschlichen Körper auseinander. Mit seiner Arbeit *Licht Bild Raum* demonstrierte er, wie allein schon die Beschaffenheit des menschlichen Körpers es Menschen verunmöglicht, Räume zeitgleich identisch zu erfahren. 1963 hatte Otto Friedrich Bollnow im Buch *Mensch und Raum* erklärt:²⁷²

„Der Leib ist sodann selber ein Raum, ein Eigenraum, und damit ein Teil des uns umgebenden Raums. Er gehört insofern auch auf die Seite des erlebten Objekts. Und die eigentümliche Schwierigkeit beruht darauf, daß beides wiederum aufs engste miteinander zusammenhängt.“²⁷³

Zudem kritisierte Bollnow, dass im Vergleich mit der Zeit dem Raum viel zu wenig Beachtung geschenkt werde. Als Grund dafür nannte er: „Gegenüber der Zeit, die den Menschen in seinem innersten Zentrum betrifft, schien der Raum philosophisch weniger fruchtbar, weil er nur der äußeren Lebensumgebung des Menschen anzugehören schien.“²⁷⁴

Zusätzlich zur herkömmlichen Raumvorstellung, dass sich ein Raum vorrangig über seine Begrenzung als etwas Gebautes oder Abgeschlossenes erklärt und ein Ordnungs- und Orientierungssystem bildet, führte Bollnow zu dem rein mathematischen, physikalischen Raumverständnis den „erlebbaren Raum“

an,²⁷⁵ der ähnlich der Zeitwahrnehmung des Menschen nicht mit der messbaren Größe übereinstimmen muss. Bollnow begründete:

„Ebenso wie man in bezug [sic] auf die Zeit zwischen der mit Uhren zu messenden abstrakten mathematischen Zeit und der vom lebendigen Menschen konkret erlebten Zeit unterschieden hat, so kann man auch beim Raum zwischen dem abstrakten Raum der Mathematiker und Physiker und dem konkret erlebten menschlichen Raum unterscheiden“.²⁷⁶

Neben dieser neuen Bewertung des Räumlichen in der Philosophie durch Bollnow wie auch durch Michel Foucault und einer Rückbesinnung auf bereits in der Antike verhandelte Raumvorstellungen,²⁷⁷ setzten sich auch Kunstschaffende in den 1960er-Jahren, mitunter angeregt durch die praktizierte Raumfahrt, verstärkt mit neuen Raumkonzepten und -erfahrungen auseinander. 1967 bezeichnete Foucault das 20. Jahrhundert als „Epoche des Raumes“.²⁷⁸ Die nächste Zäsur ereignete sich mit dem Aufkommen des Internets. Über die mit dem Internet neu aufgetanen virtuellen Räume rückte bereits ab den 1980er-Jahren der Raum ins Interesse neuer Forschungen und mit ihm die sich verändernde Wahrnehmung von Bildern.

Als Fricker in den 1970er-Jahren mit seiner Kunst in Bereiche drang, die außerhalb der für Kunst vorgesehenen Räume lagen, demonstrierte er, wie für Kunst untypische Orte, die nahezu allen zugänglich sind, mit Kunst bespielt werden können. Er verdeutlichte, dass – unabhängig von der künstlerischen Vorbildung und von Anerkennungen durch Institutionen in Form von Ausstellungen oder Preisen – Kunst entstehen und losgelöst vom Kunstbetrieb sichtbar gemacht werden kann. Mit seinen Fotoarbeiten und Kleinplakaten besetzte der Künstler temporär öffentliche Räume. Er verwies über seine im Kontext der Frage um die Zukunft des Kunstmuseums in St. Gallen entstandenen Arbeiten auf den öffentlichen Raum als einen möglichen Freiraum für Vernetzung und Austausch von kreativen Energien. Bisweilen provozierte Fricker, indem er seine Kunst unvermittelt im öffentlichen Raum präsentierte, Reaktionen bei den Rezipierenden. Seit Mitte der 1990er-Jahre arbeitete Fricker in ähnlicher Weise, wie er es schon 1979 mit der Galerie Wilma Lock in St. Gallen getan hatte, mit Museen und Galerien zusammen.

Für seine späteren Arbeiten bediente er sich vornehmlich der Sprache. Ab den 1990er-Jahren entwickelte Fricker, wie beschrieben, dreizeilige Orte-Schilder, die vornehmlich mit Gefühlsausdrücken beschriftet sind.²⁷⁹ Auf Frickers Homepage *Place of Places*,²⁸⁰ die seit 2007 existiert und über die der Künstler seine Orte-Schilder zum Verkauf anbietet, sind auch Fotos von den Anbrin-

gungsorten der verkauften Schilder aufgeschaltet, die Einsichten in sonst für die Öffentlichkeit verschlossene private Räume gewähren. Fricker setzte die Schilder zudem für diverse Installationen im öffentlichen Raum ein. Im Gegensatz zu herkömmlichen Schildern boten Frickers Schilder jedoch keine Orientierung oder kamen einer bestimmten Funktion nach. Allein schon deshalb offenbarten sie sich auch ohne weitere Erklärungen in gewisser Weise als Kunstinstallationen. Indem Fricker öffentlichen Plätzen per Los seine Orte-Schilder und damit den Plätzen Gefühlen zuordnete, verwies er im übertragenen Sinn auf die Wirksamkeit von Orten, die einen Menschen prägen können.

Orten wird eine identitätsstiftende Wirkung zugesprochen, wobei damit nicht der Ort an sich gemeint ist, sondern die von den Menschen an diesem Ort erfahrenen Erlebnisse, die den Menschen geprägt haben. Über den Ort oder das Abbild des Ortes können Erinnerungen an die dort erlebten Momente und die damit verbundenen vergangenen Gefühle wachgerufen werden. Als Teil seines 2006 konzipierten Museums für Lebensgeschichte besuchte Fricker gemeinsam mit seiner Frau Bewohnerinnen und Bewohner des Alters- und Pflegezentrums in Speicher und fragte, welche Orte für sie und für ihr Leben von Bedeutung waren. Dabei wurden Orte genannt, mit denen die befragten Personen ein besonderes Erlebnis verbanden, oder Orte, die zu ihrem Lebens- oder Arbeitsalltag gehörten. Da die befragten Personen alters- und gesundheitsbedingt selbst nicht mehr in der Lage sind oder waren, die Orte aufzusuchen, besuchte und fotografierte Fricker stellvertretend für sie ihre Erinnerungsorte. Die aus der Aktion hervorgegangenen Fotografien wurden mit zusätzlichen Angaben zu den Personen auf Tafeln aufgezogen, die den Gästen des Pflegeheims einen Einblick in deren Biografien geben. Ausgehend davon entwickelte er für das Alters- und Pflegezentrum Appenzell das Kunstprojekt *Miin Ort* (Abb. 137 a, b), das er wie folgt beschrieb:

„Durch Einzelgespräche mit den Bewohnerinnen und Bewohnern des APZ entstanden 60 Fototafeln (100 × 70 cm), welche in den Korridoren direkt vor dem Zimmer der jeweiligen Person platziert wurden. In den Gesprächen (manchmal mit den Angehörigen zusammen) wurde u. a. ein wichtiger Ort im Leben der Frau oder des Mannes ermittelt. Ich reiste oder wanderte zur angegebenen Stelle und fotografierte den Ort für eine persönliche Fototafel. Im unteren Teil wurde ein Porträt und ein kurzer erläuternder Text eingefügt. Im Eingangsbereich des APZ werden alle aktuellen Fototafeln auf einem Bildschirm als Diashow abgespielt. Verstirbt eine Person, wird die Tafel vor ihrem Zimmer abgehängt und digital auf einem Bildschirm vor dem Raum der Stille (Hauskapelle) als Erinnerung gezeigt“.²⁸¹



Abb. 137 a, b] Miin Ort, 2017, Kunstprojekt für das Alters- und Pflegezentrum Appenzell, Katalog herausgegeben von der Innerrhoder Kunststiftung Appenzell.

Diese Arbeit verweist auf die Möglichkeit, Erinnerungen über das gezielte Aufsuchen von Orten wieder ins Gedächtnis zu rufen. Ausgehend von einigen seiner Arbeiten lässt sich schlussfolgern, dass für den Künstler vor allem der Stein ein wesentlicher Erinnerungsträger für besuchte Orte zu sein scheint. 2006 stellte er diesen beispielsweise ins Zentrum seiner Ausstellung *Steine in die Wohnung ...* im Stadthaus Olten. In der Ausstellung zeigte er Steine, die von Menschen gesammelt in ihren Wohnungen aufbewahrt wurden. Diese versah er zusätzlich mit Informationen über die Fundorte und über die Bedeutung der Steine für ihre Leihgebenden, wodurch auf einer tieferen Ebene auch die von den Menschen besuchten Orte in den Vordergrund der Betrachtung rücken konnten.²⁸² Die Beziehung des Menschen zu Natursteinen thematisierte Fricker auch mit der von ihm gaskuratierten Ausstellung *Crappa|Steine* in der Casa d'Angel in Lumnezia 2017, für die er die im Val Lumnezia lebenden Personen dazu aufforderte, ihre Natursteine für die Ausstellung auszuleihen, die sie, wie dem Künstler



Abb. 138 a–c] H. R. Fricker nahm 2018 an der Biennale Art Safiental teil und entwickelte verschiedene Objekte, Dokumentationsfotos.

aufgefallen war, in ihren oder um ihre Wohnungen platziert hatten. Angelehnt an die japanische Suiseki-Kunst wurden die Steine während der Ausstellungs-dauer in der Casa d'Angel auf Holzblöcken präsentiert, mit Angaben zu Finderin oder Finder, Ort und Hintergrund. Zudem entstand ein Heftchen, in dem alle Steine einzeln abgebildet sind.

Als Fricker 2018 zu den ausgewählten Künstlerinnen und Künstlern für die Biennale im Safiental zählte, begab er sich am Fluss Rabiusa und im Rhein bei Versam selbst gezielt auf die Suche nach außergewöhnlichen Steinen. Aus seiner Auswahl von sechzehn Steinen entwickelte er für die Biennale verschiedene Objekte. Nebst Tischsets und Bierdeckeln für die im Safiental ansässigen Gastronomiebetriebe entstanden zudem ein Memory-Spiel sowie als Ausstellungsobjekt eine Schubkarre, in der die vom Künstler ausgelesenen Steine präsentiert wurden (Abb. 138 a–c).²⁸³

Wie das Quadrat tauchte auch der Stein seit 1974 wiederholend als Motiv in seinem Werk auf. Wenngleich die Interpretation wahrscheinlich zu weit hergeholt ist, liest sich der Brief von Ray Johnson, den er adressiert mit Heavy Rock FRICKER 1994 an Fricker sandte, wie eine Anspielung auf dessen Verwendung dieses Motivs (Abb. 91). Bereits um 1974 bearbeitete Fricker einen Stein mit seinem Stempel Auslöser (Abb. 34). Übersäht mit dem Begriff wurde dieser



Abb. 139 a–c] Mineur, 1980, Performance, Dokumentationsfotos, vgl. 2.32.

sinnbildlich zum Auslöser und rief damit im übertragenen Sinn die Redewendung „den Stein ins Rollen bringen“ ins Gedächtnis, wodurch der Künstler gewissermaßen schon 1974 seine Absicht kundtat, etwas mit seiner Kunst in Bewegung setzen und Denkanstöße geben zu wollen. Für seine Performance *Mineur* 1980 in der Salpeterhöhle in Gossau wurde der Stein ebenfalls zu einem zentralen Bestandteil. Nachdem Fricker eine großformatige Fotografie vom Aufführungsort angefertigt und diese auf den Höhlenboden gelegt hatte, begann er, diese mit einem Stein zu behauen, sodass das Abbild der Felshöhle am Ende eine reliefartige Gestalt erhielt (Abb. 139 a–c). Im Zusammenhang mit diesem wiederkehrenden Motiv können auch folgende Arbeiten von Fricker genannt werden: *Zürich–Säntis*, *Säntis–Zürich*, Frickers Rauminstallation aus aufgelösten Feuerstellen für die Gruppenausstellung in Fribourg *FRI-Art 81* (Abb. 140), seine ab 1982 gebauten Öfen *Ort der List*, das von Fricker gegründete *Alpstein Museum* sowie der vom Künstler ins Leben gerufene *Steingarten Murgtal*.²⁸⁴ Er entwickelte Namen und Titel für im Murgtal liegende Felsen und Steinbrocken. Gleichsam als Tourismus-Projekt brachte er diese per Homepage sowie über Wander- und Postkarten in Umlauf.

Im Gegensatz zu Frickers früheren Arbeiten kommen im übertragenen Sinn bei *Miin Ort* die Orte zu den Menschen. *Miin Ort* ist ein Projekt des Künstlers, das die Wichtigkeit von Orten, ihre prägende und für den Menschen identitätsstiftende Bedeutung auf eindrückliche Weise thematisiert. Umgekehrt verstand Fricker den Menschen ebenfalls als einen Ort. Seine in der Mail Art-Szene verbreiteten Slogans *Ich werfe meinen Schatten in ...* oder *my shadow is my graffiti* sowie seine 1987 produzierten Orte-Buttons und der Satz *Wenn wir Nomaden wären, würden sich auch die Orte treffen* zeugen von einer Vorstellung des Künstlers, der Mensch könne selbst als Ort definiert werden.



Abb. 140] FRI-Art 81, 1981, Dokumentationsfoto, Polaroid, 10,7 × 8,8 cm, vgl. 6.01.