

GRAFFITI MAGAZINE

12th Issue / Summer 2009

rausweis
Westfalenhallen/Stadion
Hacheney

AGIT
SOME KIND (OF) STRANGER
GMS CREW
FINOK
HOTE



WORDS FROM THE EDITORS

Auch wenn viele das Konzept hinter dem BLOW Special in der letzten Ausgabe nicht sofort auf den ersten Blick verstanden haben, hat es dennoch einen grossen Eindruck auf die meisten hinterlassen. Ich glaube, viele unserer Leser waren sich bis dato gar nicht im Klaren was für eine Kraft konzeptuelle Serien haben können, auch im illegalen Bereich, und wie viel Spielraum uns durch das Zeitalter des „Graffoto“ gegeben ist. Es gibt noch viel Neues zu entdecken, es gilt alte Strukturen aufzubrechen, um mit Innovationen zu überraschen. In diesem Zusammenhang war es nur logisch, dass wir uns für AGIT entschieden haben, als wir auf der Suche nach einem Cover waren. Ich denke die Frage „Was soll das?“ die öfters online gepostet wurde, nachdem wir das Cover hochgeladen hatten, dürfte sich mit der Bildserie auf der linken Seite geklärt haben.

Konsequenterweise folgt auf den nächsten Seiten direkt ein Text, der genau das angesprochene Thema aufgreift und offen legt. SOME KIND (OF) STRANGER bringt es auf den Punkt. Denn „Bevor Graffiti an seinem Erfolg, seiner Perfektion und Gleichförmigkeit zugrunde geht, werden vielleicht einige ihr Augenmerk wieder auf die Aspekte ihrer Passion gerichtet haben, die dieser inzwischen weitgehend fehlen: Entdeckergeist, Improvisation und Innovationsfreude.“

Während ich das Vorwort gerade schreibe, fällt mir auf, dass das Thema Innovation sich ungewollt wie ein roter Pfaden durch diese Ausgabe zieht. Sei es das klassische Graffiti der GMS Crew, welches voller Leidenschaft daherkommt und keineswegs „BORING LIKE U“ ist oder seien es die Doppelseiten der BEACHBOYS & 44 FLAVOURS. Zusätzlich hat unser Mann in Brasilien sich FINOK geschnappt, der dort für frischen Wind sorgt. Und wir haben uns hier vor Ort mit HOTEONE hingesetzt, um zu erfahren wie viel Entdeckergeist nach 20 Jahren Graffiti übrig bleiben kann.

Wie immer gilt: Zeitgleich zur Veröffentlichung dieser Ausgabe geht ebenfalls die aktuelle Episode des GMTV (E1.2) online. Wie immer umsonst & ohne Werbeunterbrechung auf: <http://www.graffiti-magazine.net>

Even if many readers didn't dig the concept behind our last issue's BLOW special at first glance, it nevertheless has left a deep impression on most. I think a lot of our readers just haven't got it straight yet how much power conceptual series can have – also in the illegal zone – and how much elbowroom we are given in the era of the “Graphoto.” There's still much more to discover, old structures are to be broken open in order to allow for surprise through innovations. In this context, it was nothing but consequent for us to decide in favor of AGIT when searching for a cover. The question that came up repeatedly on the net once we had uploaded the cover – namely, “What's that supposed to mean?” – should have been clarified by now through the sequence of pictures on the left hand side.

Consequently, what follows on the next pages is a text that picks up and discloses precisely the aforementioned issue. SOME KIND (OF) STRANGER puts it in a nutshell: “before graffiti is destroyed by its success, its perfection and uniformity, some may have directed their attention back to the aspects of their passion, which are widely missing by now: an exploratory spirit, improvisation and innovativeness.”

While writing this foreword, I'm noticing that the subject of innovation is somehow unintentionally running like a red thread through the whole issue. Be it that classic graffiti by the GMS crew, which comes along filled with passion and definitely not “BORING LIKE U” at all, or be it the double pages by the BEACHBOYS & 44 FLAVOURS. Additionally, our man in Brasil managed to grab FINOK, who's providing for some fresh air over there. And we've also met with local hero HOTEONE, trying to find out how much of an exploratory spirit there still can be left after 20 years of Graffiti.

As usual, we follow the same procedure: with the publication of this issue the newest episode of GMTV (E1.2) will also be released online. As always, for free & without any commercial breaks at: <http://www.graffiti-magazine.net>



SOME KIND (OF) STRANGER

Text_Another One

‘I don’t care what you’re called – tell me later, if at all’



Irgendwo in Nordfrankreich hält morgens ein Zug im Bahnhof, bemalt mit Ausschnitten aus verschiedenen bekannten typografischen Logos – eine Art gemalter Bekennerbrief: ‚Succes de Scandale‘. Außer den Logos von Firmen wie CNN, Le Figaro, Chanel, Walt Disney und anderen benutzt das Bild auch Kennzeichen, die in einem Land vor unserer Zeit von unterschiedlichen sozialen Gruppen getragen wurden, oder getragen werden mussten. Auf dem gegenüberliegenden Gleis wartet

eine Gruppe Jugendlicher – augenscheinlich am Beginn einer Klassenfahrt – auf ihren Zug. Als sie den umgestalteten Waggon wahrnehmen, hört man einige von ihnen rufen: “SS! – SS!”. Es klingt begeistert – Skandalerfolg!

Die Urheber dieses unerlaubten Eingriffs in das Erscheinungsbild eines Fahrzeugs des öffentlichen Personennahverkehrs machen unauffällig ein paar Photos ihres Werks, und suchen dann in der fremden Stadt nach einem gemütlichen Café. Es ist, obwohl ein wenig weniger gut organisiert, auch wie eine Art Klassenfahrt.

Nicht unwahrscheinlich, dass sich ein paar Leute zu diesem Trip zusammengefunden haben, die sich, ohne das ausschlaggebende gemeinsame Interesse, vielleicht mal über den Weg gelaufen wären, einander aber wohl kaum jemals näher kennen gelernt hätten. So könnten jetzt z.B. ein materiell genügsamer Aus-

Somewhere in northern France a commuter train enters the station in the morning, painted with cutouts from several popular typographical logos – a kind of painted anonymous claim of responsibility letter: ‘Succes de Scandale’. Apart from logos of companies like CNN, Le Figaro, Chanel, Walt Disney and others the painting makes use of tags which were worn to indicate different social groups in a land before (our) time. On the platform opposite to it a group of juveniles – obviously starting their class trip – stand waiting for their train. When they notice the redesigned train car, you can hear some of them shouting: “SS! – SS!”. It sounds enthusiastic - success by scandal.

The creators of this unauthorized intervention concerning the look of the train take some photos of their work, without attracting too much attention, then go strolling the foreign city in search of a comfortable café. It feels, though in a less organized way, like a kind of class trip, too. The handful of people who met up for this trip might have, without the particular shared interest, come across each other at times, but it’s very unlikely they would have really got to know each other. So imagine a not so materialistic endurance sports fanatic, a wealthy young urban professional, a graphic-design student, and someone with again different interests sitting in the café together, recalling the past night.

In the environment of our cities, signs and images are formulated mostly unambiguous to serve as media for their messages. prohibition signs and traffic guidance systems are dependent on obviousness. Advertising strives for it, sometimes employing a kind of pseudo-ambiguity, commissioned mural





dauersportler, ein gutverdienter Jungmanager, ein Grafik-Design-Student und jemand mit wiederum nochmal ganz anderen Interessen gemeinsam im Café sitzen, und die vergangene Nacht Revue passieren lassen.

Im Aussenraum unserer Städte sind Bilder und Zeichen meistens eindeutig formuliert und damit zum Transport unmissverständlicher Botschaften geeignet. Verbots- und Hinweisschilder und Verkehrsleitsysteme sind auf diese Eindeutigkeit angewiesen. Werbung strebt sie an, manchmal über den Umweg einer Pseudo-Zweideutigkeit, bestellte Wandmalerei zeigt den Willen des Auftraggebers zur Dekoration und leider meistens auch den Unwillen oder die Unfähigkeit des Künstlers zur ergebnisoffenen Kommunikation.

In dieser Sphäre der „Exekution des Zeichens“ waren auch die Graffiti-Tags nie „leere Signifikanten“. Ihre Exekutoren und jeder, der Bescheid wusste, konnte und kann sie immer lesen als das was sie sind. In den Worten von Mitzi Cunliffe: „es sagt: ICH BIN, ich existiere, ich bin wirklich, ich habe hier gelebt. Das sagt: KIKI oder DUKE, oder MIKE, oder GINO ist lebendig, es geht ihm gut und er wohnt in New York“² - oder inzwischen sonstwo.

Um in diesem System Verwirrung zu stiften, muss man zwar nicht gleich völlig sinnentleerte Zeichen setzen, obwohl das natürlich eine Möglichkeit wäre. Es ist für den Betrachter schon ungewohnt genug, hier überhaupt mit mehrdeutigen Bildern und Botschaften konfrontiert zu werden. In den in unserer Gesellschaft für diese Art von Zumutung vorgesehenen Zufluchtsorten, den Schutzräumen der Museen für moderne Kunst, wird dem uneindeutigen Zeichen unterdessen schon mit der Erwartung begegnet, ein solches vorzufinden. Was das ganze Zusammentreffen wiederum ziemlich eindeutig macht.

Proper Property liegt, genau wie die Kunst, allein im Auge des Betrachters. Sauberkeit ist hier allerdings eine fehlerhafte Kategorie – durch unerlaubte Umgestaltung mit Lackfarben oder ähnlichen Techniken tritt unter Umständen ein visueller Effekt ein, der von bezahlten, deshalb unanstößigen, erwünschten Gestaltungen und Beschriftungen nicht zu unterscheiden ist. Die Sicht durchs Fenster verdecken diese manchmal auch. Mit der herkömmlichen Bedeutung des Begriffs der Sauberkeit hat das nichts zu tun. Was also macht für ‚sie‘ den Unterschied aus? Symbolik und Kontrolle. Und Kontrolle von Symbolik. Alles,

painting shows the willingness of the commissioner to decorate and often sadly the unwillingness or inability of the artist to non-patronizing communication.

On this “site of the sign’s execution”, even graffiti tags never served as “empty signifiers”. The ones to execute them and anyone who knew, could and still can read them as what they are. In the words of Mitzi Cunliffe: „it says: I AM, I exist, I am real, I was HERE; it says: KIKI or DUKE, or MIKE, or GINO is alive and well and he living in New-York“² - or anywhere else nowadays.

In order to deliver some confusion to this system you don’t even have to place completely empty signifiers, though you could. For the beholder it will be unusual enough to be confronted with any sign or image remotely ambiguous in this sphere. Only inside the resorts meant to this type of impertinence, the museums of modern art, such ambiguous imagery is getting approached, on the contrary, with the declared expectation to be encountered here. What makes the whole encounter quite unambiguous again.

Proper Property lies, exactly like art itself, in the eye of the beholder. But cleanness here is the wrong category – unauthorized alteration of appearance by means of enamel paint or similar techniques may even come up with a visual effect indistinguishable from paid, and therefore inoffensive inscriptions and designs. The sight out the windows is sometimes disturbed by both. All this has nothing in common with a proper use of the term cleanness. Then what makes that much of a difference to ‘them’? Symbolism and control. And control of symbolism. Anything, but a “symbol that they have lost control”³! A term like cleanness is simply in less need of explanation than e.g. ‘upholding of visual hegemony in protection of market-economical interests’ – though it de facto refers to the same. In other contexts the same metaphor is obviously no less popular. Think of ethnic ‘cleansing’ in the Balkans or Israel, think of the ‘cleansing’ of parties from enemy elements in Stalin’s Russia or the Banana Republics of this planet, think of the recent announcement of a french parvenu to clean out the banlieues with a ‘kärcher’.

It can be great fun to mock that ‘proper’ cleanness-mania by seizing exactly the icons of that collective neurosis for alteration, be it detergent or washing powder advertisements or those propaganda posters for ‘security’ (another term to discuss)-measures. Employing these, you easily get at them. One of the most



bloß kein "Symbol that they have lost control"³! Ein Begriff wie Sauberkeit ist eben weniger erklärungsbedürftig als z.B. ‚Aufrechterhaltung visueller Hegemonie zur Sicherung marktwirtschaftlicher Interessen‘ – benennt hier aber de facto nichts anderes. In anderen Zusammenhängen ist die Metapher ja bekanntermaßen auch sehr beliebt. Man denke an ethnische ‚Säuberungen‘ (Balkan, Israel), ‚Säuberungen‘ betreffend die jeweils andersdenkenden in Stalins Russland und den Bananenrepubliken dieser Welt oder die Ankündigung eines französischen Emporkömmlings, die Banlieues zu ‚kärchern‘ (= ‚säubern‘).

Es kann Spaß machen, diesen ‚sauberen‘ Sauberkeitsswahn zu verhöhnen, indem man sich gerade der Ikonen dieser Kollektivneurose bemächtigt: mit Reinigungs- und Waschmittelwerbung oder etwas wie den ‚SSS‘⁴-Propagandaplakaten hat man sie leicht im Sack. Einer der interessantesten Effekte, den man heutzutage mit illegalem Graffiti erreichen kann, ist es, den Betrachter im Unklaren zu lassen, ob es sich überhaupt um ein solches handelt. Und nicht etwa um Werbung, Hinweisschilder oder Kunst am Bau. Was die Werber können – hemmungslos die Ästhetik der Subkultur in Dienst zu nehmen – das kann und darf die Subkultur schon lange. Nebenbei stehen wir damit sogar in allerbesten avantgardistischen Traditionen – El Lissitzky: „Das einzig wichtige hat die moderne, dynamische Reklame geleistet, denn sie ist aus der direkten Notwendigkeit entstanden, auf unsere Psyche zu wirken, und nicht aus ästhetischen Reminiszenzen.“⁵

Die Freiheit nehm´ ich mir: Graffiti ist illegal und kann unter den gegebenen Umständen auch nur illegal sein. Was die künstlerische Relevanz angeht, muss man dafür geradezu dankbar sein. Noch die dem Graffiti verwandten oder es reflektierenden Künstler in Galerien und Museen bleiben nur von Bedeutung, solange sie zweigleisig fahren. Die Katze hat kein Problem damit, gefüttert zu werden und ein wenig im Haus herumzuschmurren, aber wenn sie es geschehen lässt, dass sie dafür ein Leben ohne Katzenklappe in Kauf nehmen muss, sehen die freien Katzen mitleidig auf sie herab. Im Illegalen gibt es – außer im Falle einer ‚freiwilligen Selbstkontrolle‘ durch Konformität mit der ‚authentischen‘ Jugendkultur – keine Kontrolle oder Zensur. Nur die egalitäre der Entfernung durch den Eigentümer, aber die rechtfertigt sich kaum jemals inhaltlich. Wir können, was sonst nur Piratensender können: einen herrschaftsfreien Diskurs nicht nur theoretisch postulieren, um ihn dann doch wieder zugunsten von Proporz, ‚guten‘

interesting effects you can still achieve doing illegal graffiti today is to simply keep the beholder uncertain about whether he’s even encountering such. And not advertising, guiding signs or public (commissioned) art. What the advertisers can do – shameless misuse of subcultural aesthetics – the subculture is capable of and entitled to anyhow. As a side effect we find ourselves amongst the finest avantgarde tradition – El Lissitzky: “The only important achievements are those of modern, dynamic advertising, because it is born out of direct necessity to an impact on our psyche, not from aesthetic reminiscents.”⁵

Die Freiheit nehm´ ich mir: Graffiti is illegal and can only be illegal under the given circumstances. Concerning artistic relevance, we can’t but be grateful for that. Even graffiti-related artists reflecting it in galleries and museums can only maintain relevance as they stick to outside activity. The cat has no problem to be well fed and enjoy the comfort inside, but a cat that will be content with that and allows its owners keep the doors closed on a regular will be looked down upon by its free peers with sympathy. In the realm of the illegal there could be no censorship or control, wouldn’t it be for the voluntary self-control by conformity with ‚authentic‘ youth culture. Apart from that there’s only the egalitarian censorship of removal by the property-owner, but that one is almost never content-driven. We are entitled to something, only pirate radio comes close to: to not only postulate domination-free discourse, just to give it up to the interests of political parties, religious or ethno-religious pressure groups. We can truly practice it. Content wise the non-illegally working artist in Germany enjoys freedom of speech and expression – but only as long it doesn’t lead to interference with laws protecting the above mentioned interests.⁶ It’s hard to imagine something more banal, even North-Korea could argue like this. So while books, images, songs and symbols can easily be prohibited by those in power, graffiti enjoys an advantage we shouldn’t underestimate: it is already prohibited – but being so, absolutely impossible to control when it comes to content.

Inventing (another) tradition: Today, after more than 30 years spreading worldwide, graffiti has it all: the attention of the media, the interest of the public, an incredible influence on the aesthetics of contemporary graphics, fashion



Sitten, den (vermeintlichen) Interessen von religiösen oder ethnisch-religiösen Lobbyistenverbänden zu opfern. Nein, wir können ihn praktizieren. Inhaltlich gilt für den nicht illegal agierenden Künstler die Meinungsfreiheit – im Rahmen der sonstigen Gesetze.⁶ Etwas banaleres gibt es nicht, das kann auch Nordkorea. Während also Bücher, Bilder, Lieder, Symbole verboten werden können, hat Graffiti einen entscheidenden Vorteil: es ist schon verboten – aber dadurch in seinen Inhalten absolut frei.

Inventing (another) tradition: Heute, nach über 30 Jahren weltweiter Verbreitung, hat Graffiti alles: Mediale Aufmerksamkeit, das Interesse der Allgemeinheit, Einfluss auf die Ästhetik aktueller Grafik, Mode, Werbung, unbestrittene Anerkennung als Impulsquelle für eine freie Kunst. Und Phantom-schmerzen.

Als sich in den 1970er und 80er Jahren mit dem New Yorker Graffiti-Stil und seiner Praxis des Bemalens von U-Bahn-Zügen die Grundlage entwickelte, war es *die* ingenüose Innovation der Avantgarde dieser Zeit. Inzwischen ist es ästhetische Konvention. Man kann das ganze Paket übernehmen, sich zu eigen machen, und sich darin vielleicht von einer modischen Strömung zur nächsten treiben lassen. Wer aber von Zeit zu Zeit die Interviews von Vertretern der ersten Generationen von Graffiti-Writeern liest, wird immer wieder auf eine stereotype aussage stoßen: das schönste war es, im Drogerieladen die besten Sprühdüsen zu suchen und zu entwenden.

Was soll daran toll sein, fragt sich der zeitgenössische Writer, während er sich im Onlineshop eindeckt. Nach dem 600sten Piece im angesagten Style klagt der eine oder andere dann unter Umständen doch über eine innere Leere trotz seiner kontinuierlichen Aktivität. Irgendwas fehlt.

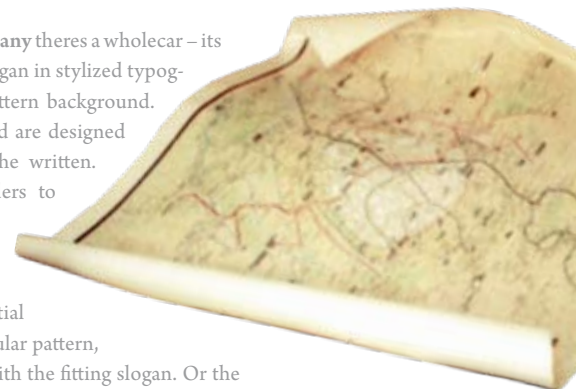
Bevor Graffiti an seinem Erfolg, seiner Perfektion und Gleichförmigkeit zugrunde geht, werden vielleicht einige ihr Augenmerk wieder auf die Aspekte ihrer Passion gerichtet haben, der dieser inzwischen weitgehend fehlt: Entdeckergeist, Improvisation und Innovationsfreude. Was die Kids in New York entdeckt haben, inspiriert uns bis heute. Aber es bleibt nur lebendig, wenn wir das entdecken nicht aufgeben. So wie man früher auf die Suche nach Sprühdüsen in der Drogerie gehen konnte – so kann man heute wieder nach Techniken, Formen oder Inhalten suchen und Graffiti erweitern und bereichern. Wer weiß, ob nachfolgende Generationen diese Ideen nicht irgendwann genauso selbstverständlich als Teil dessen sehen, was Graffiti (dann) ist? In eurer Stadt gibt es interessante Wandbilder? Eure Ex-Freundin macht Serviettentechnik? Irgendwas Brauchbares? Greift zu – und: D(o) - I(t) - Y(ourself)!

and advertising, and undisputed reputation as one of the main influences as truly free art. And phantom pain.

When the foundation was laid by New York-style graffiti and its practice of spraypainting on urban subway cars in the 1960ies and 70ies, that was *the one* ingenious innovation of contemporary avantgarde. Only meanwhile it has become aesthetically conventional. You can buy in the whole package, making it yours and possibly ride one or two fashionable waves within its framework. If you happen to read a few interviews with artists representing earlier generations of graffiti-writers, you might come across a stereotype statement: the best was looking for better nozzles to steal from the local drugstore. 'What the fuck?' the contemporary graffiti-writer will ask himself, while typing in the order-form of his favourite online-shop. 600 pieces later, executed in the generally accepted style of the year, one or another might start to complain about a certain emptiness despite continuous activity. Something is missing.

Before graffiti will decline due to perfection and uniformity some may reconsider the very aspects of their passion that it largely lacks by now: spirit of exploration, improvisation and innovation. What the kids of New York invented, inspires us to the present day. But its spirit will stay alive only if we don't give up the will to explore the new. Like you could go and search for your nozzles in the drugstore then, today you could go and search for new techniques, aesthetics or content to enrich and expand graffiti. Generations to come may even consider your ideas as natural part of what graffiti (then) is, who knows. Look around: are there interesting old murals in your city? Your ex-girlfriend is doing napkin decoupage or something alike? Anything to employ for your own practice? Take it - and: D(o) - I(t) - Y(ourself)!

Somewhere in Germany theres a wholecar – its design made up by a slogan in stylized typography on large-scale pattern background. Writing and background are designed to fit the content of the written. Imagine several offenders to have worked together on this piece. It is well possible that, because one of them had the initial idea to paint this particular pattern, another one came up with the fitting slogan. Or the





Irgendwo in Deutschland sieht man einen Wholecar – die Gestaltung besteht aus einem Slogan in stilisierter Typografie vor großflächig einheitlich gemustertem Hintergrund. Schrift und Hintergrundfläche sind passend zum Thema des Geschriebenen gestaltet. Angenommen, mehrere Täter haben dieses Bild gemeinsam erarbeitet. Es ist durchaus möglich, dass einer die Idee für das Hintergrundmuster hatte, woraufhin einem zweiten der passende Spruch dazu einfiel. Oder der Spruch war zuerst da – vielleicht spontane Situationskomik – und die anderen stiegen darauf ein, indem sie passende Designs entwickelten. Jeder von ihnen wird wohl – falls überhaupt alle dabei waren – bei der Umsetzung etwas mitgebracht haben, das der Gemeinschaftsaktion zugute kam: sei es sein Personalstil, der Überblick über die Proportionen, seien es zwei fleißige Hände. Wenn sich der gesamte Prozess dann im fertigen Bild manifestiert hat und die Täter irgendwann einmal wieder das Foto betrachten, gemeinsam, mit anderen oder allein, als Abzug, auf dem Computer, kopiert in einer Anklageschrift oder in einem Graffiti-Magazin, wird es ihnen eventuell auch etwas besonderes bedeuten. Das goldene Kalb der Autorenschaft kann dabei ohne Bedenken als Kollateralschaden verbucht werden..- Graffiti ist Liebe!

„and memories may last for years, but names are just for souvenirs“

slogan was first – very likely spontaneous humour – and made the others invent a design to support it. Each of them – if they even all took part in it – is likely to have brought his particular skills to help the execution: be it his personal style, overview concerning the proportions, be it two busy hands. When the whole process is finally manifested in the finished piece, and the offenders happen to have a look at it again some time in the future, together, amongst others or alone, as printed photo, digital, as photocopy to come with a bill of indictment or in a graffiti magazine, it may occur to them as a memory of something rather extraordinary. The golden calf of authorship will then be filed under collateral damage as well and with no regrets. - Graffiti ist Liebe!

„and memories may last for years, but names are just for souvenirs“



1. - The Sisters of Mercy: ‚Some Kind of Stranger‘, First And Last And Always (1985), MR 337L / WEA 240 616-1.
2. - Jean Baudrillard: Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen. Merve, Berlin 1978, ISBN 3-920986-98-9.
3. - Tony Silver, Henry Chalfant: Style Wars, New York City 1983.
4. - ‚SSS‘ (auch ‚3-S‘): Dieses originelle Kürzel steht bei der DB für ‚Sicherheit, Sauberkeit, Service‘ – wobei der Service daraus besteht, dass eine Gruppe uniformierter Geringverdiener die Fahrausweise kontrolliert. Die naheliegendste Verarschung verkneifen wir uns jetzt aber ;)
5. - Zitiert nach: Werner Hoffmann: Die Moderne im Rückspiegel, München, Beck 1998.
6. - „1. Jeder hat das Recht, seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten (...) Eine Zensur findet nicht statt. 2. Diese Rechte finden ihre Schranken in den Vorschriften der allgemeinen Gesetze, (...) und in dem Recht der persönlichen Ehre.“ (Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland, Artikel 5).





LEVEL18 | MEN'S TEE | EIGHTEES | DISCO

GET IN TOUCH:

GERMANY **Publikat GmbH & Co. KG** FON+49[0]6021/90040-0 | distribution@publikat.de
SWITZERLAND **Layup GmbH** info@layup.ch
ITALY **GraffitiShop.it/Pluss srl** info@graffitishop.it
GREECE **Revolt** naivalis@gmail.com
RUSSIA **21 Shop** 21shop@rambler.ru



8MILESHIGH
urbanstreetknowledge

www.eightmilesigh.de















TARBLACK
LOW-PRESSURE
 BITUMEN SPRAY PAINT
 MONTANA CANS

MONTANA TARBLACK
 382g NET/13 OZ.

DANGER:
 EXTREMELY FLAMMABLE
 CONTENTS UNDER PRESSURE
 VAPOR HARMFUL
 IRRITATES EYES,
 SKIN AND RESPIRATORY TRACT
 BEFORE USING,
 CAREFULLY READ
 CAUTIONS ELSEWHERE
 ON LABEL.



100ml



TARBLACK
HIGH-PRESSURE
 BITUMEN SPRAY PAINT
 MONTANA CANS

MONTANA TARBLACK
 473g NET/17 OZ.

DANGER:
 EXTREMELY FLAMMABLE
 CONTENTS UNDER PRESSURE
 VAPOR HARMFUL
 IRRITATES EYES,
 SKIN AND RESPIRATORY TRACT
 BEFORE USING,
 CAREFULLY READ
 CAUTIONS ELSEWHERE
 ON LABEL.



600ml



CHROME
SILVER
 SPRAY PAINT
 MONTANA CANS

MONTANA CHROME
 473g NET/17 OZ.

DANGER:
 EXTREMELY FLAMMABLE
 CONTENTS UNDER PRESSURE
 VAPOR HARMFUL
 IRRITATES EYES,
 SKIN AND RESPIRATORY TRACT
 BEFORE USING,
 CAREFULLY READ
 CAUTIONS ELSEWHERE
 ON LABEL.



300ml

**The New 500 & 600ml:
 Tarblack & Silverchrome**

LOW-PRESSURE - HIGH-PRESSURE - HIGHEST QUALITY

WWW.MONTANA-CANS.COM







GMS CREW

Text_Moses

Für mich ist GMS vielleicht die homogenste Crew überhaupt. Nicht, dass es einen allgemeinen Crewstyle geben würde, alle um die 30 sind oder sich demselben Teilbereich des Writings verschrieben haben - ganz im Gegenteil. Es ist einfach eine große Bande von größtenteils sehr sympathischen und reifen Personen. Nicht zuletzt in ihrer Sympathie begründet sich die Größe der Crew. Während andere Gruppen opportunistisch rekrutieren, wachsen seit zehn Jahren immer mehr Writer in den GMS-Freundeskreis hinein.

Aber ist es überhaupt sinnvoll, so viele verschiedene Charaktere in einer Gruppe zusammenzufassen? Jeder Mensch weist einen anderen Charakter auf, auch innerhalb einer Crew. Die Frage ist dabei nur, ob man mit den Charakteren der anderen klar kommt oder sie zu widersprüchlich sind. Unsere Freundschaft wächst durch gleiche Interessen, verschiedene Charaktere machen dabei den Pfiff aus.

Für welche Interessen, abgesehen von der Freundschaft untereinander, steht GMS demnach? Unsere Gruppe steht vorrangig für Spaß. Wir teilen den GMS-typischen Insiderhumor.

Subjektiv: 10% der Mitglieder sind für 90% der Bombings verantwortlich, ihr malt oft mit anderen Crews, einige von euch schreiben noch Namen von anderen Gruppen und wieder andere malen unregelmässig oder den GMS-Tag neben Legalproduktionen. Geht das Prinzip einer Crew bei euch noch auf oder gilt es nur den Status quo zu halten oder ist eben das der Pfiff? Jeder in der Gruppe hat individuelle Vorlieben. Einige widmen sich dem Nahverkehr, andere freuen sich auf die Legalaktion mit grillen und chillen. Allerdings freut sich jeder von uns über ein Gruppenbombing und ist stolz auf die Crew.

Braucht man in einer so gut vernetzten Stadt wie Hamburg überhaupt eine Crew um handlungsfähig zu sein oder stellt die Mitgliedschaft in einer Gruppe nicht oft sogar ein Hindernis im Umgang mit Anderen dar Stichwort -Sippenhaft - ? Hamburg ist in puncto Sippenhaft vielleicht speziell, oft wird vorschnell abgeurteilt und in Schubladen gesteckt. Unsere Crew sollte allerdings niemals ein soziales Hindernis darstellen, sondern vielmehr eine Rückzugsmöglichkeit. Eine Crew an sich braucht man in Hamburg natürlich nicht zwingend, wichtig ist nur ein funktionierendes System.

For me, the GMS-crew is perhaps the most homogeneous crew existing. There may be no general crew style, they all may be around 30 years of age and they all may have dedicated themselves to the same area of writing. These are not the points. It's just a great bunch of mostly very friendly and mature people. Not only their sympathy justifies the size of their crew. While other groups opportunistically recruit, for the last ten years the GMS has grown continuously and naturally.

But does it really make sense to put so many different characters together in one group? Every single person has a different character and that is also due to the members of our crew. The question is only whether one can deal with the different characters or not. Our friendships have grown by the same interests and the different characters are a crucial factor.

For what interests, apart from the friendship, is therefore GMS? Our group is primarily for fun. We share the GMS-typical humour.

Subjectively, 10% of the members are responsible for 90% of the bombing. You often paint with other crews, some of you still write the names of other groups. Other members paint irregularly or GMS next to legal productions. Does the idea of a crew still work with you? Or is it only to keep the status quo? Or are the different attitudes the key to your success? Everyone in the group has individual preferences. Some are dedicated to public transport, others are looking forward to the next legal actions with grill and chill. However, everyone enjoys a piece of the crew and is proud of the crew.

Do you actually really need a crew in a city like Hamburg with such a vivid network in order to act or isn't the membership in a group often an obstacle if you think of, for example, collective custody? Hamburg is in terms of collective custody very special. There are too many judges and too many boxes you might get put into. Our crew, however, should never be a social barrier, but rather a retreat. Of course, a crew is not mandatory in Hamburg, but what you really need is a functioning system.

Can the desire for fame be a basis for genuine friendship? No, a friendship is worth much more than fame within a scene. The moment after a successful action



Kann der Drang nach Fame Grundlage für ernsthafte Freundschaften sein? Nein, eine Freundschaft ist viel mehr wert als Ruhm innerhalb einer Szene. Der Moment nach einer gelungenen Aktion ist viel besser mit Freunden zu genießen als mit Menschen, die einem in keinster Weise nahe stehen. Mit den Malern, mit denen wir regelmäßig unterwegs sind, verbindet uns auch immer eine lange Freundschaft.

Kann und darf es dabei Neid und vielleicht sogar Missgunst geben und kann sich so etwas inspirierend und motivierend auswirken? Ja, Neid und Missgunst ist auch innerhalb der Crew ein gutes Mittel zum Anspornen. Zu Beginn des Jahres haben sich beispielsweise zwei Crewmitglieder einen Wettkampf darum geliefert, wer 2009 die meisten Trains malt. Unfairerweise ist einer von beiden dann nach Italien gefahren und hat seinen Rückstand in einen unaufholbaren Vorsprung verwandelt! Dieser Wettlauf wirkte konstruktiv und unglaublich motivierend.

Wie oft kommt es vor, dass sich eure Mitglieder zu einer gemeinsamen Aktion zusammenfinden? Unsere Legalfraktion findet sich regelmässig zusammen, um gemeinsam Aktionen umzusetzen und die Münchner arbeiten auch viel miteinander. Die Hamburger Zugmaler versuchen so oft es möglich ist, gemeinsame Aktionen zu planen und umzusetzen. Die äußeren Umstände spielen dabei aber insofern auch eine Rolle als das nicht jede Planung auch ein Ergebnis bedeutet.

Erzählt in diesem Zusammenhang mal etwas über eurer letztes Crewtreffen! Oh, das war eine komplizierte Geschichte und bedurfte für uns als deutschlandweiter Crew einer größeren Planung. Letztlich haben wir ein Datum festmachen können und eine Unterkunft in der Mitte Deutschlands angemietet. Es war ein produktives und sehr spassiges Wochenende mit allen Mitgliedern. Die Gruppendynamik, die wir vor Ort hatten, wird uns aufgrund der Distanz bedauerlicherweise nur selten gegönnt, umso besonderer war es!

Wir reden von einer Gruppe, was u.U. auch strafrechtlich verschärfende Auswirkungen und zivilrechtliche Konsequenzen haben kann. Wie weit würde die Solidarität, gerade die der ausschliesslich legal arbeitenden Mitglieder, dabei gehen? Wer möchte gibt was dazu, wer nichts hat, spendet stattdessen Trost. Es ist ausgeglichen und ohne jeglichen Druck.

Muss bei einer Gruppe eigentlich der Name im Vordergrund stehen? „Graffiti is boring like u“ war eine Gruppenaktion, obgleich nicht der Name der Gruppe im Vordergrund stand, sondern vielmehr unser liebstes gemeinsames Motiv: der Spaß an der Sache. Bei einer Gruppenaktion ist die Aktion an sich vorrangig; das gemeinsame Erleben und Erschaffen. Das am Ende dann ein Crewbild herauskommt ist natürlich Graffiti, aber nicht notwendig.

is much better with friends than with people you hardly know. Long friendships link us to the writers we go out with.

Can and should there be envy and jealousy and could those traits be something inspiring and motivating? Yes, envy and jealousy are good means of motivation within a crew. At the beginning of the year, for example, two crew members had a battle about who bombs the most trains in 2009. Not very fair, but one of the two then drove to Italy and he turned his residue to a huge advantage! This race was very constructive and motivating.

How often does it happen that all members come together for a big action? The legal wing of our crew comes together on a quite regular basis as well as the Munich branch of our group. The Hamburg trainbombers try to plan and execute joint actions as often as possible. The external circumstances play a role insofar as not every plan ends up in a piece.

In this context tell us something about the last meeting of your entire crew! Oh, that was a complicated thing and required long planning due to the fact that the members of our crew come from all over Germany. Ultimately, we fixed a date and rented a place to stay in the middle of Germany. It was a very productive and fun weekend with all members. The group dynamic that we had on the spot we unfortunately don't have too often because of the distances but the more special it was!

In terms of the law there can be stronger consequences because you are a crew. How strong is the solidarity of the legal to the illegal writers? Who wants to, contributes, who can't, gives his shoulder to lean on. We have got some kind of a balance without any pressure.

Does there actually have to be the name of a crew in the foreground? „Graffiti is boring like u“ was a group action, though not the name of the group stood in the foreground, but rather our favorite common motif: the fun of writing graffiti. When a group action is on the agenda, the main goal is the common experience and the creation. It is graffiti-writing that in the end a piece with the name of the crew emerges but it is not necessary.





GRAFFITI IS B



BRING LIKE U!



RABE







MOTIV







Bundesweite Strafverteidigung

Dr. Gau
Rechtsanwalt



www.graffitianwalt.de

Arndtstraße 73
44135 Dortmund
(0231) 996 76 78
info@drgau.de

Urteile Fragen Antworten







ON THE RUN[®].830 GRAPHIC TWIN MARKER

The new **OTR.830** Graphic Twin Marker is a superior alcohol based sketch marker that comes in 134 brilliant colors and a variety of different sets.

Out now!



ON THE RUN[®]
supporting Graffiti culture since 1990!



12er Main Colors



12er Pastel Colors



12er Cool Grey Colors



12er Warm Grey Colors



12er Blue Grey - Green Grey



24er Down Town



24er Up Town



24er Classic



36er Classic



36er All City



48er Main Colors



48er Alternative Colors



60er Main Colors



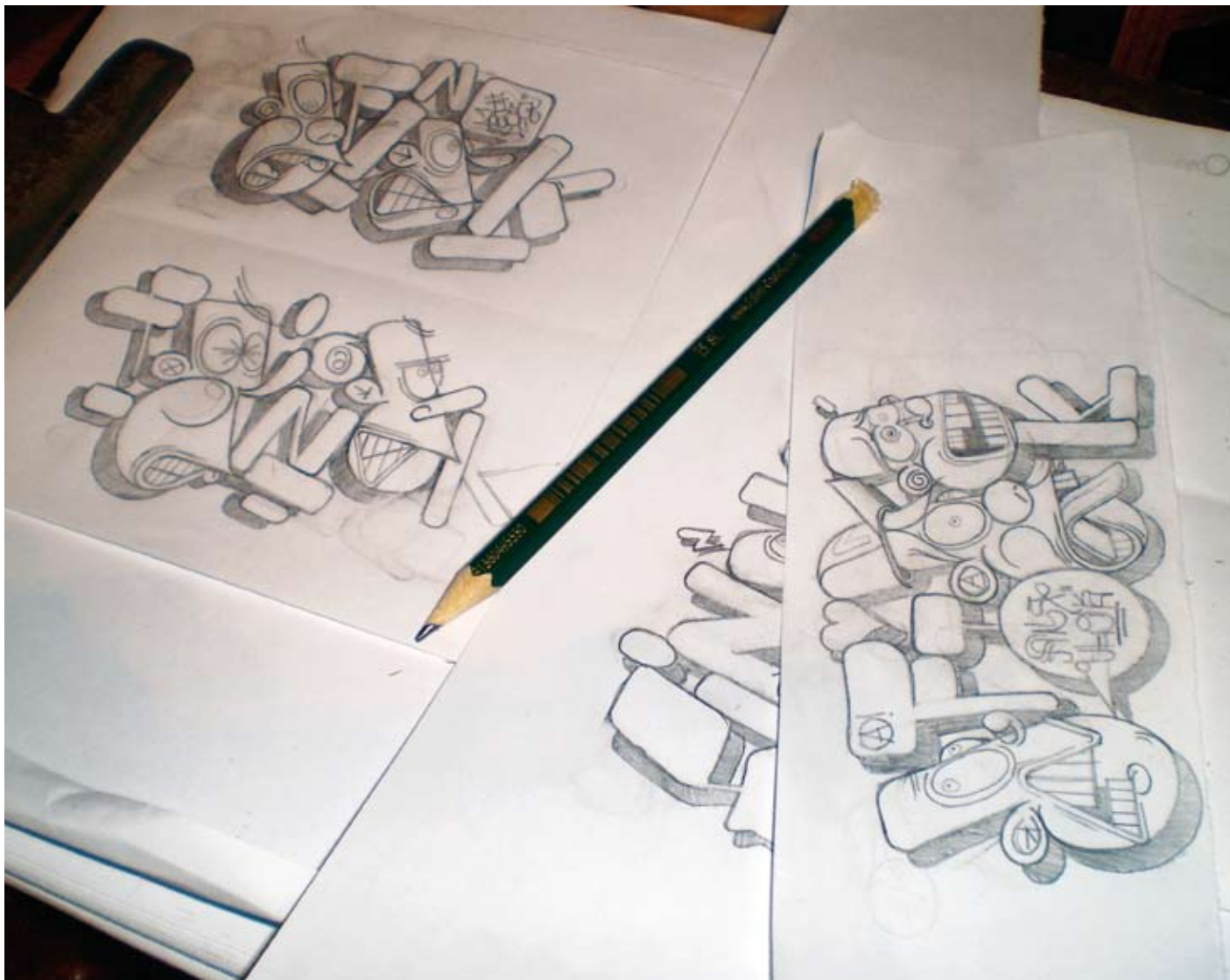
60er Alternative Colors



- . filled with alcohol based ink
- . perfect to fill your burner sketches
- . 2 different nibs for individual sketch performance
- . non toxic and xylene free

ON THE RUN supports the upcoming Hip-Hop & Graffiti Campus. 2% of yearly sales volume will be donated for that project.





FINOK

Text: P.Michalski

Nicht zur neuesten, aber doch zur jüngeren Generation von Writern, die sich über das brasilianische Sao Paulo hermachen, gehört Finók. Seine fast grundsätzlich hellgrün ausgefüllten und dunkelblau geoutlineten Pieces sind unübersehbar. Dabei hat er mit dem Malen erst vor knapp sieben Jahren angefangen.

Finók war zwar schon vorher an den allgegenwärtigen Pixação interessiert, doch der ausschlaggebende Moment für den Start seiner Malkarriere war, als er jemandem zuschaute, der gegenüber seinem Haus einen Throw-up machte. Er hat seine Vorliebe für Pixação behalten, aber einen Einfluss dieser auf seine Styles verneint er. Nur die Art und Weise wie manche Pixadores ihre Namen über die Stadt verteilen findet sich bei ihm wieder.

Seine Inspiration findet Finók in Cartoons und zwar nicht nur für seine Character, sondern auch für seine Buchstaben. Als weiteren Einfluss gibt er Logos an, was man seinen Buchstaben aber recht wenig ansieht, um so mehr seinen immer gleichen Farben. So hat er seine eigene unverwechselbare Corporate Identity geschaffen.

Ele não é um dos mais jovens escritores, mas ainda é um membro da nova geração de artistas do graffiti que assume a cidade brasileira de São Paulo: Finók. Suas letras sempre verde limão contornadas em azul escuro estão presentes em todo lugar e ele apenas começou a graffitar sete anos atrás.

Antes ele era interessado em pixação e na sua caligrafia mas o gatilho para sua carreira artística foi quando ele viu um jovem fazendo um throw-up em frente á sua casa. Mesmo com a pixacao não influenciando o seu estilo visual ele espalha suas letras durante toda a cidade, da mesma forma que é a pixação.

Suas fontes de inspiração são "cartoons" e não apenas para os personagens mas também para as letras. Finók também gosta de logotipos mas esta apreciação mal é percebida em suas letras, mas muito bem no seu esquema de cores permanentes. Desta forma, criou a sua própria identidade corporativa.

He is not one of the youngest writers but still a member of the next generation of graffiti artists that take over the Brazilian city of Sao Paulo: Finók. His always bright green filled-in pieces with its dark blue outlines are omnipresent and he only started writing seven years ago.

Before he had been interested in pixação but the trigger for his art career was when he saw a guy doing a throw up opposite of his house. Even if the pixação had no visual influence on his style Finók scatters his pieces over the whole city in the same way.

His sources of inspiration rather are cartoons and not only for his characters but also for his letters. He also likes logos but this affection can barely be realised in his shapes but pretty much in his permanent colour scheme. This way he created his own corporate identity.











94™

Enjoy this summer like no other ...

Matt paint · Total control · Ultrafast dry · High covering · The New concept of Montana Colors.



New colors, fresh ideas. In stores now

Distribution in Germany: MTN GmbH, Lilienstrasse 16 a – 30167 Hannover.
T. 0511-2157826 - info@mtn-shop.de - www.mtn-shop.de



www.montanacolors.com











JULIO RÖLLE & MALIK HEILMANN

I was invited to take part of the Freiraum project, which took place in Thessaloniki. Manoj from Masala Movement (masala-movement.com) invited me to join the team! We stayed one week in Thessaloniki and painted the Facade of the Goethe Institut.

Molotow supported us with a very nice deal for the spraypaint. Thanks!

The wall was painted by Malik Heilmann (usbekistyle.de) & Julio Rölle (44flavors.de). It was a non commercial project.

From canvas to wall...

with the no.1 reference class

NOW
available in
34 COLORS
ONE4ALL™



Artist: *[Signature]* check www.molotow.com/one4all



patent no. DE 197 30 454 IPC B43K 8/04



Countless artists trust in and rely on the approved **MOLOTOW™ quality:**

- 100% covering,
- 100% UV-resistant,
- 100% all-season™,
- 100% lightfast pigments

This is quality you see, feel and smell!

Check out the patented **ONE4ALL™** High Solid **PREMIUM** Paint Pump-Markers and the original **PREMIUM** spraycans.

For more information visit www.molotow.com

MOLOTOW™

...worldwide leading **paint** technology!





HOTEONE

Text: B.Soltani

Mitte der Achtziger entdeckte er Graffiti für sich und malte damals schon den Namen HOTEONE. Knapp 20 Jahre später ist er wieder aktiv und mitten im Geschehen. Sowohl in den Straßen als auch aber auch im WorldWideWeb. Hier ein Ausschnitt aus unserem Kurzgespräch mit einem echten Ruhrpottler:

Malst du kontinuierlich seit Mitte der Achtziger? Das Taggen auf jeden Fall. Immer. Das ist meine Sucht, es geht nicht ohne. Bei Bildern, sind das immer so Phasen. Manchmal hab ich gar keine Lust, aber wenn ich taggen kann, dann tagg ich halt. Da ist es auch wurscht wie, wann oder wo. Und wenn es mit dem Finger irgendwo im Gummi an der U-Bahn ist.

Was meinst du woran es liegt, dass du so wenig Pieces malst? Hauptsächlich ist es die Motivation. Es dauert alles so lange und da habe ich kein Bock drauf. Du musst Skizzen machen oder immer das gleiche Bild malen, was ich auch nicht will. Für mich ist Bildmalen auch Arbeit und da will es, dass es anders aussieht als vorher. Du brauchst viel Lack, brauchst 'ne Wand. Dann hab auch keinen Bock ein Bild zu malen, was dann durch einen Silberstrich wieder Kaputt gemacht wird. Das scheint ja gerade In zu sein. Früher haste ja die Dosen geklaut, da war's noch egal, aber heute bezahlt man ja richtig Geld dafür. Im Endeffekt habe ich meistens das Gefühl es lohnt sich nicht. Und ich mag es Stellen zu nutzen, wo noch nichts dran war. Und die gibt es selten.

Früher hast du auch Züge gemalt. Heute nur noch Wände? Heute ist eine Wand einfacher und unkomplizierter. Früher war das ja einfacher mit den Zügen. Da biste einfach hin, hast es gemacht und fertig. Heute musst du ja viel mehr Zeit rein investieren. Du musst echt hinter dem Dingen her sein. Früher bist du einfach irgendwann zum Bahnhof und konntest dir auf jeden Fall sicher sein, dass die Karre reinkommt. Heute weisste ja meistens nicht wohin das Dingen fährt. Naja, und die Gefahr kommt auch noch hinzu.

Hat ein Zug trotzdem für dich mehr Gewicht als ein Wandbild? Ja klar! Ist doch viel cooler wenn es rollt. Auf jeden Fall. Ich meine 'ne Wand an einer guten Stelle ist auch toll.

Man sieht seit längerem fast nur Throw-Ups von dir. Weg von Buntpieces also zu schwarz/weiß T-Ups? Ich stehe voll auf Trendsachen, wie z.B. Ritzen

He discovered graffiti in the mid-80s and started to write the name HOTEONE. Almost 20 years later, he is back again on the streets and also very busy on the World Wide Web. Here is an excerpt from our conversation with a real Ruhrpottguy:

Do you paint continuously since the mid-80s? Yes. I always tag. It is my addiction I can't live without. If it comes to piecing there are phases. Sometimes I don't want to, but if I can tag, then I do. I don't care how, when or where and if it is only with my finger somewhere in the rubber on the subway.

How come that you almost never do a piece? Mainly it is the motivation. It takes too much time and I don't like that. You need to make sketches or you always paint the same piece, which I also don't want to do. For me, painting a piece is labour because I want it to look different from the one before. You need a lot of paint and you need a wall. Then I don't want to do a piece, which gets crossed out with a chrome line the next day. That seems to be a common thing nowadays. In the 80s that didn't matter because the cans were stolen but today you pay a serious amount of money for it. In the end, I usually feel it's not worth it and I like to paint spots where there wasn't anything before.

And those places are rare.

Back then you painted trains. Do you only paint walls nowadays? Today it is much easier to do a wall. It is less complicated then a train. Before it was so simple to hit the trains. You just went there and did it. Today you need much more time. You must be really after it. Back then you just went to the station and you could in any case be sure that the train pulled in. Today you don't even know where it goes. Well, and there is also the risk.

Is a train still more prestigious for you than a wall? Yeah! It's much cooler when it rolls. Absolutely. But I also think a wall on the right spot is great.

Nowadays we almost see exclusively black/white t-ups from you. What happened to your colourpieces? I really love trends, for example scratching and all sorts of new markers. I am really sensitive to it. They invent something new and then I use it until I know how to handle it. Doing throw-ups is somehow like tagging. Your arm is swinging and something appears. It is very similar to tagging and very quickly done.



oder alle möglichen neuen Marker, da bin ich echt anfällig für. Man findet wieder was neues und dann macht man erst mal das. Und Throw-Ups ziehen ist irgendwie wie taggen. Man schwingt da den Arm und es kommt dabei was raus. Sprich ist dem Taggen sehr ähnlich und geht schnell.

Und sind Tags besonders wichtig für dich oder läuft das nebenher? Ein Automatismus? Beim Taggen ist das Machen das Schöne. Sprühen und dann ist es da. Ich lese auch einfach gerne meinen Namen. Von mir aus könnte er alle 2m stehen.

Du gehörst ja zur älteren Generation. Im Vergleich zu vielen Anderen bist ja auffällig Aktiv im Internet. Auf Streetfiles, zwei Fotologs...Myspace...

Also scheinbar siehst du das Internet nicht als Quelle allen Übels an? Nee, warum auch? Ich bekomme da alles was ich brauche.

An Informationen? Sprich verfolgst du wirklich was so graffititechnisch weltweit passiert? Ja, sicher.

Aber dafür braucht man ja nicht mehrere Accounts auf verschiedenen Graffitiplattformen. Vor dem Interview hatte ich die Befürchtung, man könnte nichts Exklusives von dir bekommen, weil alles schon im Netz ist. Selbst die uralten Sachen. Das Ding ist ja, du findest altes Material von dir selbst und kannst es dir runter kopieren. Ich habe ja kaum noch was selber. Das ist praktisch.

Hast du früher keine Fotos gemacht? Doch schon, aber ich hatte teilweise Berge an Fotoalben zuhause gehabt und dann habe Teile davon verkauft, weil ich nicht wusste wohin mit dem Zeug, was ich natürlich heute bereue. Dann hab auch einiges durch Hausdurchsuchungen verloren oder die Jungs aus der Aservatenkammer haben das an andere Leute verschenkt. So ist halt einiges verschwunden.

Das gesamte Gespräch in der ungeschnittenen Version findet ihr auf: [http:// www.graffiti-magazine.net](http://www.graffiti-magazine.net)

Are tags more important for you or is it just a sidedish? Or is it an automatism? When it comes to tagging the process of doing it is the best. You spray and there it is. I also like to read my name. I would love to see it every 2 meters.

You belong to the older generation of graffiti-writers. In comparison to many others you are pretty active on the Internet. On Street Files, you've got two Fotologs... Myspace ...

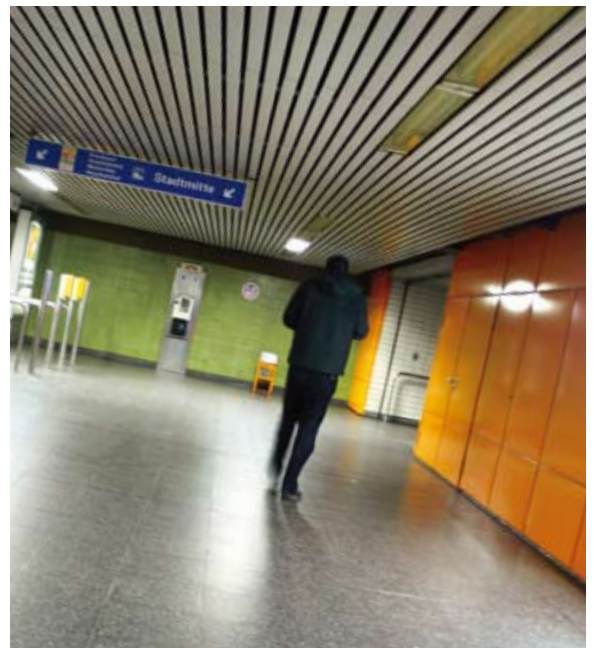
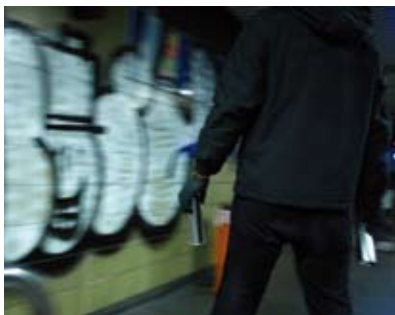
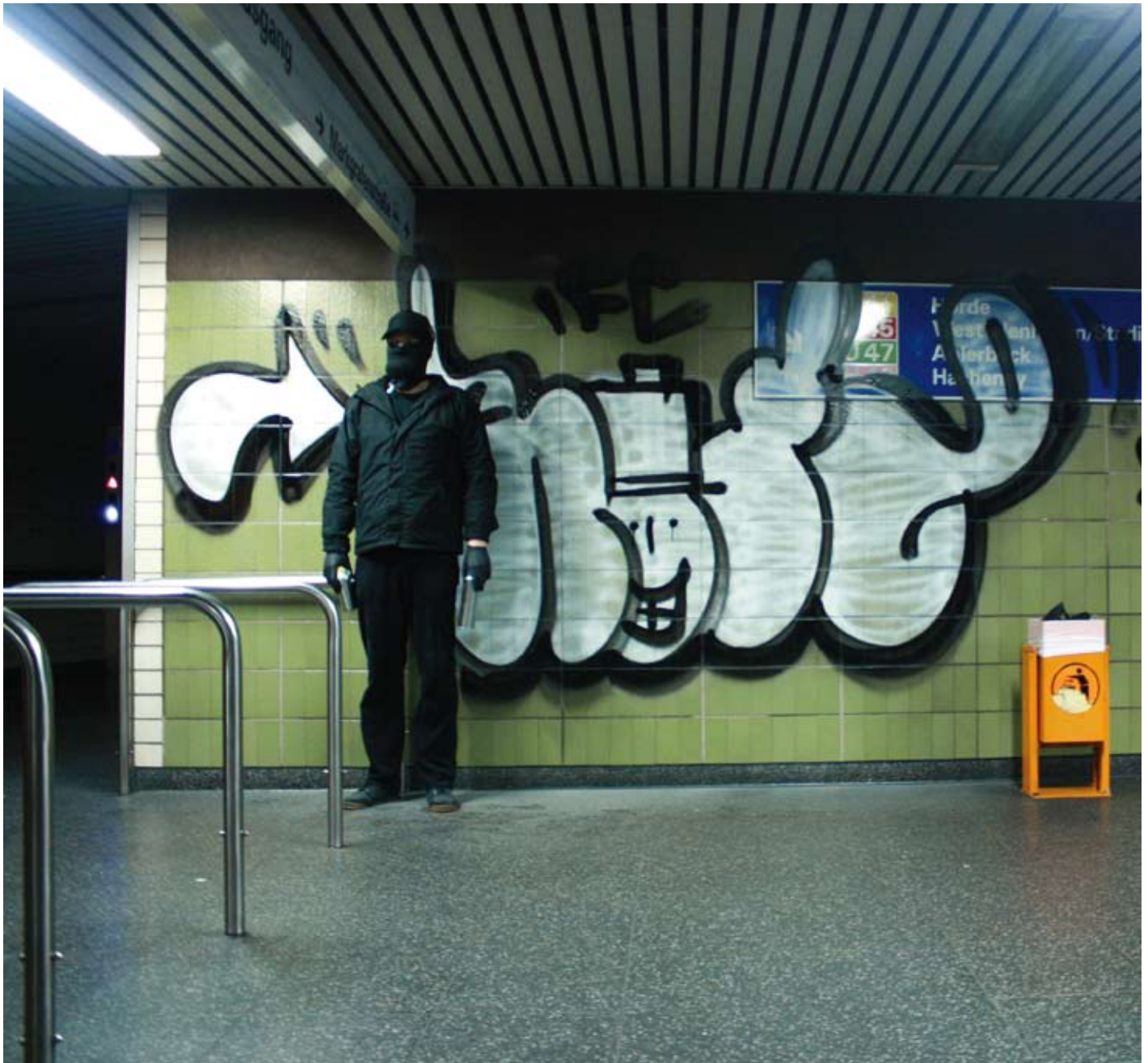
Obviously you don't see the Internet as the source of all evil? No, why should I? I get there everything I need.

Information? Do you check what is going on all over the world graffitwise? Yes, sure.

But for this you don't need to create multiple accounts on different graffiti platforms. Before the interview I had the fear that we might not get exclusive stuff from you, because everything is already on the internet, even the very old stuff. The main thing is, you find your old material and you can download it. I have hardly any stuff of myself. The internet is useful.

Didn't you take your own flicks back then? Of course I did. But I had piles of photo albums at home and then I sold some of them, because I did not know where to put the stuff, which of course I now regret. Then I had a number of house raids and the guys from the evidence room gave my stuff to other people. That way a lot of my flicks disappeared.

The entire interview in the uncut version can be found at: [http:// www.graffiti-magazine.net](http://www.graffiti-magazine.net)



das original.

bekannt bei ermittelern, richtern und kollegen.
anerkannt von writern und crews.

Netzwerk für Strafrecht und Graffiti

RAin Esther Boos

Kaiser-Friedrich-Ring 45
40545 **Düsseldorf**
fon 0211.17 18 380
fax 0211.17 18 389
e.boos@ra-boos.de

RA Alfred Satur

Hartmann-Ibach-Str. 91
60389 **Frankfurt**
fon 069.55 56 52
fax 069.55 33 89
a.satur.ra.fra@t-online.de

RA Gerhard Schaller

Hohenstaufenring 29 - 37
50674 **Köln**
fon 0221.510 84 69 0
fax 0221.510 84 69 90
schaller@bdsb-rae.de

Das Netzwerk für Strafrecht und Graffiti verteidigte in Aschaffenburg, Aachen, Altenkirchen WW, Andernach, Augsburg, Bonn, Bielefeld, Bergisch Gladbach, Betzdorf, Bremen, Bottrop, Bochum, Berlin, Breisach, Bad Homburg, Buchen, Bergen/Rügen, Baden-Baden, Bad Schwalbach, Braunschweig, Bergheim, Bad Neuenahr/Ahrweiler, Borken, Brühl, Cochem, Chemnitz, Dortmund, Dresden, Dachau, Darmstadt, Dillenburg, Donauwörth, Detmold, Dinslaken, Düsseldorf, Düren, Duisburg, Esslingen, Essen, Ettlingen, Erlangen, Euskirchen, Friedberg, Fürth, Frankfurt a. M., Freiburg, Frankenthal, Gelsenkirchen, Gladbeck, Gemünden, Gronau, Gießen, Gummersbach, Grünberg, Hagen, Hamm, Hamburg, Heilbronn, Homburg/Saar, Heidelberg, Halle a.d. Saale, Idstein, Ingolstadt, Jena, Köln, Karlsruhe, Königstein, Kenzingen, Koblenz, Königswinter, Krefeld, Kerpen, Luxembourg, Limburg, Linz a. R., Leverkusen, Langenfeld, Ludwigsburg, Montabaur, Mühlheim a.d. Ruhr, Münster, Mönchengladbach, Mainz, München, Mosbach, Mittweida, Marburg, Mannheim, Neuss, Nürnberg, Neustadt a.d. Weinstraße, Nidda, Neuburg a.d. Donau, Neuwied, Osnabrück, Offenbach, Offenburg, Oberhausen, Pfaffenhofen, Pforzheim, Recklinghausen, Ratingen, Rheine, Rastatt, Rottweil, Regensburg, Recklinghausen, Rheinbach, Remscheid, Stuttgart, Sinsheim, Schorndorf, Siegburg, Salzgitter, Siegen, Schwerte, Schwelm, Solingen, Sinzig, Schlüchtern, Staufen, Trier, Tübingen, Ulm, Usingen, Wuppertal, Wetzlar, Wiesbaden, Wiesloch, Würzburg, Wetter a.d. Ruhr, Waldbrühl, Wermelskirchen, Westerburg, Wipperfürth, Witten.



AUSGESUCHTES EQUIPMENT

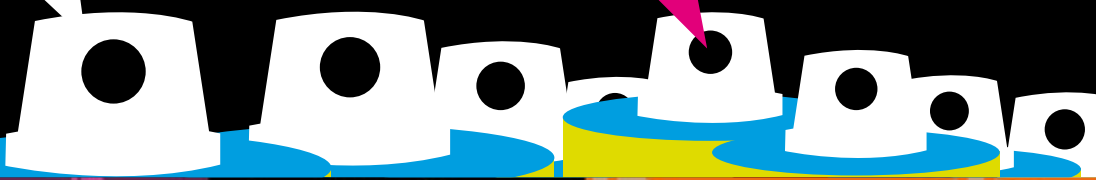
FÜR DEN VANDALEN VON HEUTE

HOOD COUTURE

FÜR DAMEN UND HERREN

HOOD-COMPANY

HÜTTENSTR.156 / 40227 DÜSSELDORF / 0211/8793284



House of Paint

HOUSE OF PAINT

MO-FR 12.00-19.00 / SA 12.00-18.00

PHONE +49(0)234 97335060

UNIVERSITÄTSSTR.18
44789 BOCHUM

CLASH BEAT KOBRA MONTANA MOLOTOW MTN

WWW.HOUSEOFFPAINT.TV



WWW.THE-HANGOUT.DE

CANS/MARKER
MAGAZINES/VINYL
CLOTHES/BAGS

THE HANG OUT

CLASH
BEAT
KOBRA
MONTANA
MOLOTOW
MTN

THE HANGOUT
STREETKONSUM

MO-FR 11.30-19.00 / SA 12.00-17.00

PHONE +49(0)231 4761511

* GNADENORT 6 44135 DORTMUND *

NÄHE BRÜCKSTRASSE/BULLETSHOP



Ich bin fresh und will ins Mag!

1. Wenn du etwas schönes gemalt hast, mach eine hochwertige Aufnahme davon.
2. Schicke eine Datei in den Formaten JPEG oder TIFF mit einer mind. Auflösung von 300 dpi an flix@graffiti-magazine.net. Alternativ kannst du ein Foto im Format 10x15cm an folgende Adressen schicken oder dort einreichen:

Dedicated-Store, Beethovenstr.22, 50672 Köln
Hood-Company, Hüttenstr.156, 40227 Düsseldorf

Alle Umschläge bitte ohne Absender, fest verschliessen und mit dem Zusatz „GM“ versehen. Das eingesandte Material wird ausschließlich für das GM verwendet und es erfolgt keine Rückgabe. Es werden nur Photos aus den Jahren 2008 und 2009 berücksichtigt.

**GRAFFITI
MAGAZINE**

© Graffiti Magazine
issue 12_summer 2009
All rights reserved
www.graffiti-magazine.net

Herausgeber: © Michalski, Soltani GbR

Redaktion: P.Michalski, M.Schmieling & B.Soltani

Layout: M.Schmieling

Cover: Another One

Kontakt: www.graffiti-magazine.net

Texte & Fotos: flix@graffiti-magazine.net

Vertrieb: distribution@graffiti-magazine.net

Anzeigen: ads@graffiti-magazine.net

Flog: www.fotolog.com/graffitimagazine

Danke: Agit, GMS CREW, Moses, Hote, Finok, Pink, Motiv, Rabe, Julio, Lukas, Baes, Anik, ImanIran, Thies, Timone, Special T & Nico, Krixl & Mario, Albert.

Wir werden netterweise unterstützt von Dedicated, Eight Miles High, Hang Out, Hood-Company, Molotow, Montana Cans, MTN, das Netzwerk & On the Run.

Rechtlicher Hinweis:

Alle Texte, Bilder, Grafiken sowie das gesamte Design inklusive Layout-, Schrift- und Farbgestaltung sind mit allen Rechten der Michalski & Soltani GbR vorbehalten. Die Vervielfältigung von Informationen oder Daten, die Verwendung von Texten, Textteilen oder Bildmaterial sowie jegliche Art von Kopie oder Reproduktion bedarf der schriftlichen Zustimmung der Michalski & Soltani GbR. Zuwiderhandlungen werden strafrechtlich verfolgt.



The **New** BLACK 400ml

HIGH-PRESSURE - HIGHER COVERAGE - PERFECT HANDLING

WWW.MONTANA-CANS.COM

Zugang für Fahrgäste nur mit gültig

