

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur

Band: 93 (2013)

Heft: 1004

Artikel: Nur Sender kann man orten

Autor: Hedinger, Johannes M. / Fricker, H.R.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-736997>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

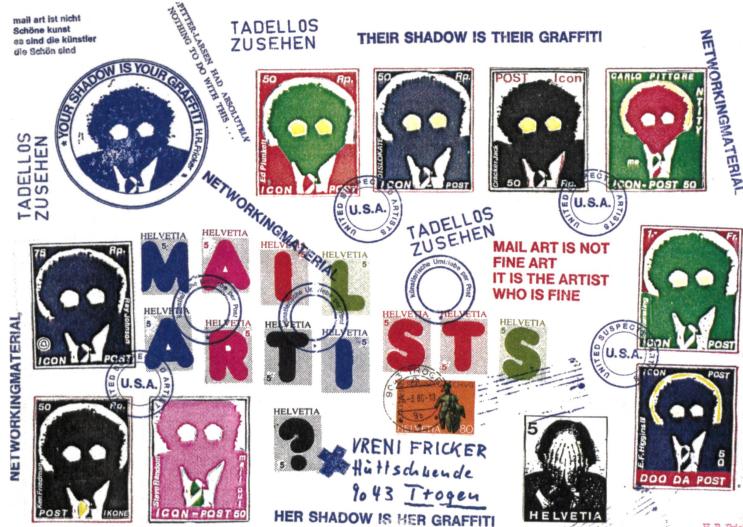
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



2



4



1



3

Nur Sender kann man orten

Seit über 40 Jahren verwebt der Appenzeller Hans Ruedi Fricker Kunst und Leben. Er gestaltet Briefumschläge, bringt Kunst ins Altersheim, zur Landsgemeinde und in den Alpstein. Er bespielt den öffentlichen wie den virtuellen Raum. Ein Gespräch mit einem Schweizer Pionier der Netzwerkkunst.

Johannes M. Hedinger trifft H.R. Fricker

H.R., was macht die Kunst?

Zurzeit findet die Kunst bei mir vor allem auf Facebook (Abb. 21) statt. Im Vergleich zu meiner analogen Netzwerkertätigkeit in den 80er Jahren kann ich mich nun weltweit in Realzeit und mit meiner eigenen deutschen Sprache austauschen und muss nicht mehr zeitverzögert über englische Slogans kommunizieren.

Das müssen wir unseren Lesern kurz erklären: Du bist ein Mailartist und Networker der ersten Stunde, man kann deine Kunst in der Nachfolge der zweiten Avantgardebewegung der 70er Jahre verorten. Du und deine Mitstreiter, ihr habt damals noch völlig analog erste Social Networks aufgebaut. Wie muss man sich diese Gründerzeit vorstellen?

In den frühen 1970er Jahren gab es mit der Xeroxkopie erstmals die Möglichkeit, schnell und billig Print-Vervielfältigungen zu produzieren, ohne von einem Drucker abhängig zu sein. Das war entscheidend für das *Mail Art Network*. Die Ursprünge der *Mail Art* liegen in den 1960er und 70er Jahren bei der New Yorker *Correspondence School* um Ray Johnson. Die Wurzeln reichen aber auch in den Fluxus und prägten die Pop Art mit.

H.R. Fricker

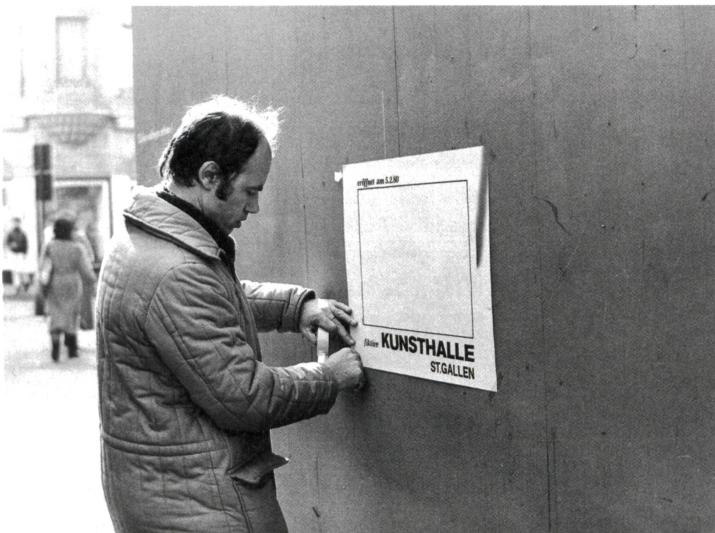
ist Appenzeller Konzeptkünstler und seit den 80er Jahren aktiv als Mailartist, Organisator von Kongressen und Kurator. Bekannt wurde Fricker durch seine über hundert selbstgestalteten Briefmarken, rund 1500 bearbeiteten Briefumschläge, Stempel und ORTE-Schilder sowie das Alpsteinmuseum und das Museum der Lebensgeschichten. Letztes Jahr richtete ihm das Kunstmuseum Thurgau eine umfangreiche Retrospektive ein.

Johannes M. Hedinger

ist Künstler, Filmer, Kurator und Kunsthistoriker. Er lebt in Zürich und Amsterdam, lehrt an der Hochschule der Künste Zürich und an der Universität zu Köln. 1997 gründete er mit Marcus Gossolt das Künstlerduo Com&Com.

Was macht ein Mailartist?

Man beteiligt sich mit per Post versandten Materialien am weltweiten *Mail Art Network*. Mir gefiel bei diesem Austausch insbesondere das Briefcouvert (Abb. 2, 3). Es ist öffentlich, wird von Post- und Zustellbeamten «gelesen», landet auf dem Tisch des Empfängers, wird geöffnet und dann entsorgt. Es ist doch klar:



Frauenlandsgemeinde am 26.4.87 auf dem Landsgemeindeplatz, Trogen

5



6



7

Wenn die Couverts speziell gestaltet sind, werden sie seltener weggeworfen! Ganz gemäss Marshall McLuhans Dictum: «Das Medium ist die Botschaft.» In die Szene eingestiegen bin ich 1981 mit einer von mir in Trogen kuratierten *Mail Art Show*.

Wie hast du all die Avantgardisten ins beschauliche Appenzellerland gelockt?

Über Inserate in den einschlägigen Magazinen habe ich weltweit dazu aufgerufen, mir *Mail-Art*-Arbeiten zu schicken. Die Regeln: *no fee*, es kostet nichts, *no jury*, alles wird gezeigt, und *no return*, kein Rückversand. Als Belohnung kriegten sie dafür die komplette Adressliste aller rund 160 Teilnehmer, die sie ihrerseits für Projekte verwenden konnten. Das funktioniert heute bei Facebook ja ganz ähnlich. Nur ist man schon mit einem Klick verbunden.

Was waren in den 80er Jahren deine Hoffnungen für ein solches Vernetzsein?

Man hoffte, die Post bringe *Peace on Earth* (lacht). Einige haben von einem offenen System gesprochen, an dem sich jeder beteiligen könne. Ich persönlich habe die *Mail Art* als ein Austauschsystem verstanden, vor allem unter Künstlern. Ich wollte, dass man darüber diskutieren kann, wohin sich die Kunst weiterentwickelt.

Wie bist du dabei vorgegangen?

Ich korrespondierte etwa über ein selbstgeschriebenes Manifest, das dazu aufforderte, direkte Kontakte zu generieren und nicht nur ein bisschen Kunst herumzuschicken. Oft operierte ich auch mit vereinfachten Slogans wie «*Mail Art is not Fine Art, it's the Artist who is Fine*» (Abb. 2) oder «*After Dadaism, Fluxism, Mailism*

comes Tourism». Slogans als Verkürzung oder Verknappung einer Idee, auch weil sprachliche Barrieren bestanden. Es gab nur ein paar wenige Mailartisten im deutschsprachigen Raum, mit denen ich komplexer debattieren konnte, schon damals war Englisch die globale Kunstsprache.

Hast du die Mailartisten, mit denen du dich per Post ausgetauscht hast, auch physisch getroffen?

Klar, ich sah die Networker-Tätigkeit sogar als die Möglichkeit zum Reisen. Man hatte ja an jedem neuen Ort bereits eine Adresse. 1984 war ich in New York und habe viele Künstler getroffen, auch welche aus der Fluxus-Bewegung wie beispielsweise Dick Higgins. Die waren aber meistens an Galerien gebunden und im Kunstsystem drin. Das hat mich weniger interessiert. Ich gehörte zu einer Generation von Künstlern, die sich bewusst vom ganzen Kunstbetrieb abgelöst hatten. Wir sagten: «Wir sind autonom und selbständig. Wir versuchen die Kunst auf dieser Schiene weiterzutreiben.»

Mail Art als eine Art Parallelsystem zum Kunstbetrieb? Das klingt ambitioniert...

Nun, es gibt vielleicht 100 000 Mailartisten weltweit. Aber viele nutzten nur die Chance, ohne eine Jury irgendwo teilzunehmen, weil ihre Kunst sonst nirgendwo gezeigt werden würde (lacht). Diese Offenheit ist denn auch für viele sogenannte ernsthaften Künstler ein Problem. Die meinen ja, wenn es keine Jury gibt, wenn man nicht dafür bezahlen muss oder bezahlt wird, dann kann es auch nicht interessant sein. Sie wollen innerhalb des Kunstsystems funktionieren und sind nicht daran interessiert, vielleicht ein neues Kunstsystem aufzubauen und darüber nachzudenken.

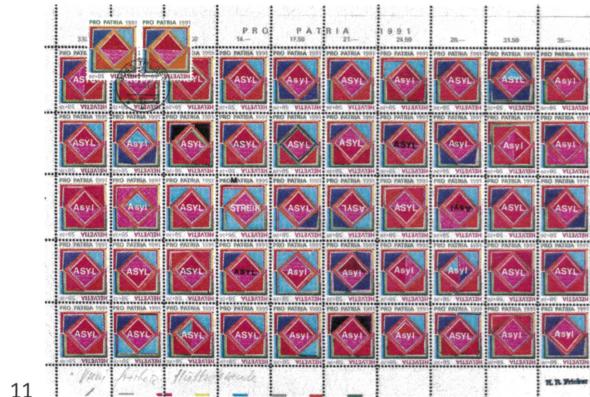
8

Ida Schläpfer

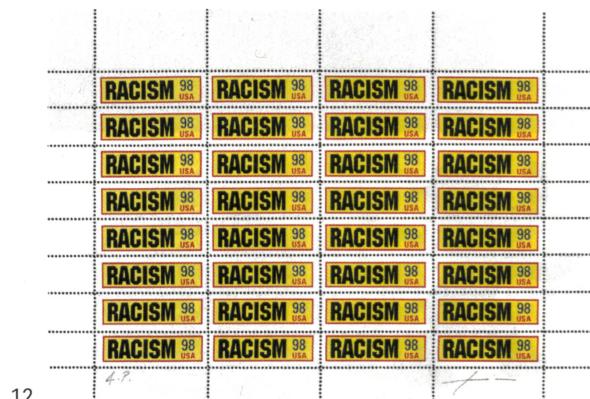


9

10



11



12

Und darüber nachgedacht habt ihr an den von dir mitorganisierten Networker-Kongressen?

Genau. Einen ersten habe ich 1986 mit Günther Ruch ausgerufen, und zwar dezentral, weil die Leute aus dem Osten – damals hing noch der Eiserne Vorhang – nicht hätten dabei sein können. Ebenso die Leute aus Südamerika oder aus irgendwelchen Diktaturen. Dazu kam, dass viele Künstler kein Geld hatten. Deshalb haben wir entschieden, dass der erste Mail-Art-Kongress überall dort stattfindet, wo sich zwei oder mehr Mailartisten treffen. So fand der Event in etwa 20 Ländern statt und brachte über 500 Mailartisten zusammen. Der Kongress findet seither alle sechs Jahre statt, nennt sich inzwischen aber «Networker-Congress».

Wie hat sich die Networker-Szene in den letzten 30 Jahren verändert? Werden immer noch analog Briefe herumgeschickt?

Bedauerlicherweise haben die wenigsten versucht, sich mit den neuen technologischen Möglichkeiten auseinanderzusetzen. Für vieles, das in meinem analogen Briefkasten landet, gibt es heute einen Begriff aus der digitalen Welt: Spam. Die greifen einfach in den Papierkorb und schicken dir irgendetwas Zusammenkopiertes.

Wie hast du selbst auf die Entwicklung in der Kommunikationstechnologie reagiert?

Angefangen habe ich mit Xerox-Kleinplakaten, dann kamen die Briefe, die ich schon bald um selbstgestaltete Marken und Stempel erweiterte. In den 90er Jahren führte ich verschiedene Fax-Projekte durch. 1995 kaufte ich meinen ersten Computer und heute bin ich auch in den Social Media aktiv.

Die frühesten Arbeiten, die ich von dir kenne, sind Schwarzweiss-photographien von Interventionen im öffentlichen Raum. Im Zyklus «Topographie – Photographie» (1976–1978, Abb. 4) sind hundert Meter lange in den Schnee gestapfte Wörter zu sehen, die du aus der Distanz photographiert hast. Welche Idee steht dahinter?

Es ging um die Befragung des Mediums Photographie. Mich hat interessiert, dass ich einerseits in der Landschaft bin und andererseits diese Landschaft mittels Photographie abbilde. Das zu befragen und das sichtbar zu machen in der Landschaft war Auslöser und Ziel, ein Spiel mit Medium und Inhalt.

Ende der 70er Jahre, noch vor den Zürcher Unruhen und der Graffiti-Szene, begannst du, mit wilden, illegalen Plakataktionen den öffentlichen Raum zu «besetzen» und eine ausserinstitutionelle Kunstkommunikation zu installieren...

...ja, ich wollte etwas machen, das mit mir selbst etwas zu tun hat. Es ging darum, der Stadt etwas entgegenzusetzen. Wenn ich etwa nach St. Gallen fuhr, um Roman Signer oder Bernhard Tagwerker zu besuchen, habe ich auf dem Weg dorthin etwas angefertigt. St. Gallen war damals auch deshalb interessant, weil es dort kein Museum gab. So musste man zwangsläufig neue Strukturen und Wege finden, wie man sich öffentlich künstlerisch äußern konnte. Einmal hängte ich unzählige Plakate für eine fiktive Kunsthalle St. Gallen auf (Abb. 5), die wiederum als Raum für Reaktionen genutzt wurden.

Wer ist dabei dein Publikum?

Bei den Plakatarbeiten wie auch den Landschaftsphotos spreche ich von Kunst «im Selbstversuch». Es geht um Kunst, aber nicht pri-



13



14



15

mär um ein Publikum. Vielmehr hatte ich Methoden gefunden, um meine eigene Wahrnehmung zu verändern. Vieles, was heute unter dem Label *Urban Art* läuft, haben wir schon damals gemacht. Die Ideen der französischen Situationisten und ihre Strategie des «dériver» (umherschweifen) lernte ich erst später kennen.

Seit Beginn spielen Texte und Sprache eine zentrale Rolle in deinen Arbeiten. Manchmal sind es Sprachbilder, ein andermal ist der Titel der Schlüssel. Weshalb ist die Sprache so dominant? Traust du dem reinen Bild oder der reinen Form nicht?

(überlegt) Ich habe nie gemalt und werde es wohl auch nie. Da blieb mir eigentlich nur die Sprache als Möglichkeit, mich präzise auszudrücken (Abb. 1). Sprache kann durch ein Wort der Inhalt des Werkes sein; sie kann durch einen Titel ein Werk strukturieren, kommentieren oder einen bestimmten Index zuweisen.

Du hast 1981 das «Büro für künstlerische Umrübe auf dem Land» gegründet. Was muss man sich darunter vorstellen?

Die «künstlerischen Umrübe auf dem Land» definierten mein Wirkungsfeld ausserhalb des traditionellen Kunstbetriebes im Alltag. Das «Büro» ist die Zentrale, in der neue Strategien ausgeheckt werden. Während Marcel Duchamp Alltagsgegenstände für den Museumskontext kompatibel machte, interessierte mich der Alltag selbst. In diesem Lebensraum sollte sich Kunst als eine bestimmte Wahrnehmungsweise ereignen. Die meisten meiner Arbeiten, von *Ida Schläpfer* bis zu den *Orte-Schildern*, wurden im «Büro» kreiert.

Dann lass uns doch über Ida Schläpfer sprechen, jene fiktive Kämpferin für die Gleichstellung von Mann und Frau. Wir schreiben das

Jahr 1981 und das Frauenstimmrecht ist im Appenzellerland noch in weiter Ferne. Zu welchen politischen Reaktionen führte deine Kunstfigur? Mit welchen Mitteln wurde die Debatte geführt?

Mein erklärtes künstlerisches Ziel war, einen Gegenmythos zur Männerlandsgemeinde aufzubauen. Für ein *Ida-Schläpfer*-Plakat wandelte ich das Appenzeller Wappentier, den mit einem roten Penis ausgestatteten Bären, zu einer Bärin mit Vulva um (Abb. 6) und plakatierte damit den ganzen Kanton. Weitere Kommunikationsmedien waren Inserate, Leserbriefe, Briefmarken, Buttons, Fahnen und 1987 sogar eine Frauenlandsgemeinde (Abb. 7, 8). Das brachte *Ida Schläpfer* immer wieder in die Medien und machte sie zu einer öffentlichen Figur.

Zum Projekt entstand auch eine der ersten von rund 120 Künstler-Briefmarken (Abb. 9), die du an dein Mail-Art-Netzwerk in der ganzen Welt verschickt hast, gemäss dem Motto: Think global, act local. Die Artist Stamps (Abb. 9–12) entpuppten sich sowohl im Mail-Art-Network als gute Visitenkarte wie auch als Kommentar und Absage an den traditionellen Kunstmarkt. An die Stelle von grossformatigen Bildern im Museum trat das Kleinstformat der Briefmarke auf einem Briefumschlag. Lange war die Briefmarke ein staatliches «Hoheitsgebiet». Mit den Artist Stamps war nun ein individueller Standpunkt möglich, sie wurden selbst zum Kommunikationsmittel: Mit den Abc-Briefmarken von 1984/85 (Abb. 10) konnte man sogar individuelle Botschaften schreiben.

Wie hat die Post als Herrscherin über die helvetischen Wertzeichen reagiert?

Sie lehnten einen offiziellen Vertrieb als zu kompliziert ab. Heute



16



17



18



19

kann allerdings jeder dank *Webstamps* seine eigenen Wertzeichen kreieren. Mein gesamtes Marken- und *Mail-Art*-Archiv ist permanent im Museum für Kommunikation in Bern zu sehen.

Welche Intension steht hinter deinen Orte-Schildern, die man sowohl in der Stadt wie auch auf dem Berg antreffen kann? (Abb. 13–15)

Die Orte-Projekte entstanden, um den nahezu unbegrenzten, nicht institutionellen Raum für die Kunst zu erschliessen und nutzbar zu machen. Teils legte ich über ganze Städte einen Orte-Kataster und definierte die einzelnen Felder als «Ort der List, Ort der Trauer, Ort der Gewalt, Ort der Lust» etc. Oft brachte ich dort dann auch real ein Schild an. Seit über 30 Jahren besetze ich mit diesen Schildern Orte im Aussen- wie Innenraum.

Durch die Zuordnung eines Gefühls wie Wut, Liebe, Angst oder auch List veränderst du somit das individuelle Empfinden dieses Ortes.

Genau. Der Ort bleibt gleich, wird aber anders erlebt.

In den letzten Jahren arbeitetest du mitunter an der Musealisierung solcher Orte der Welt. So auch im 1998 gegründeten Alpsteinmuseum? (Abb. 16, 17)

Ja, während ich früher Passanten im Stadtraum «en passant» mit künstlerischen Interventionen konfrontiert habe, sind es beim «Alpsteinmuseum» Bergwanderer. Sämtliche Berggasthäuser im Alpstein habe ich deshalb zu Museen erklärt, da sie dem Wanderer Informationen über die Berge vermitteln. Ich richtete in ihnen kleine Bibliotheken zur Geologie, Botanik, Berglandwirtschaft und Alpenkultur ein, ebenso Ausstellungen zu Themen wie «Panoramen» oder «Höhlenkunde». Ich bot sogar selbst Führungen

durch den Alpstein an, empfing am «Alpsteintisch» Fachleute zu öffentlichen Gesprächen und lud Künstler ein, eigene Projekte zu realisieren.

Eine andere von dir konzipierte Institution, das «Museum für Lebensgeschichten» (Abb. 18), wurde 2009 mit dem «European Museum of the Year»-Award ausgezeichnet? Was für Geschichten werden da erzählt?

Das Projekt ging aus einem Kunst-am-Bau-Wettbewerb für das Alterswohn- und Pflegezentrum Hof in Speicher AR hervor. Ein Altersheim ist ein Ort, bei dem der Handlungsraum eines Menschen plötzlich auf ein Bett reduziert wird. Es war mein Ziel, ein würdigendes Setting zu schaffen, das mittels Photos, Dokumenten und Alltagsgegenständen vom früheren Aktionsradius und Leben der Bewohner erzählt. Zentraler Teil ist dabei ein Erzählcafé, das Bewohner des Zentrums mit Einwohnern aus dem Dorf ins Gespräch bringt. Das Museum wird heute von einem Verein geleitet.

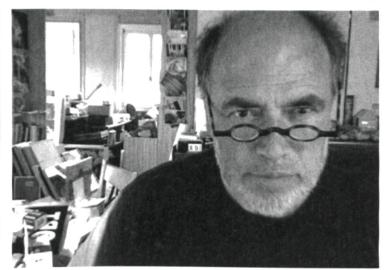
Du übergibst also die Museen den Menschen, an die sie sich richten. Ähnliches kann man vom Togener Kunsthpreis sagen, den du 2005 initiiert hast und der jährlich an einen Künstler mit Behinderung vergeben wird (Abb. 19).

Es gibt viele talentierte Menschen, die sich besser mittels gemalter Bilder als durch Sprache mitteilen können. Der Togener Kunsthpreis möchte diesen ausdrucksstarken Kommunikationskünstlern zu gesellschaftlicher Achtung verhelfen. Ein Teil des Preises ist eine mehrmonatige Ausstellung in der *Galerie im Café* im «Ruckstuhl» in Trogen.



20

21



22

Welches ist dein neustes Projekt?

Kürzlich hab ich zum 100-Jahr-Jubiläum der amtlichen Vermessung auf dem Mittelpunkt von Appenzell Ausserrhoden ein Geometer-Denkmal errichtet (Abb. 20) und zur 500-Jahr-Feier des Beitritts Appenzells zur Eidgenossenschaft im Jahre 1513 entsteht die Aktion ORT OND LÜÜT. Dazu lade ich 30 Gäste aus den 12 damals zur Eidgenossenschaft gehörenden Orten nach Herisau und Appenzell ein, wo sie auf 30 Appenzeller treffen und sich bei einem Mittagessen kennenlernen. Vor 500 Jahren wäre dies kaum möglich gewesen, dass sich normale Bürger verschiedener Stände trafen. Und heute reisen wir ja eher nach New York oder Bilbao als nach Stans, Glarus oder Solothurn. ☺

Links

Website H.R. Fricker: www.hrf.ch
 Werkübersicht: www.erobertdiewohnzimmer.net
 Place of Places: www.placeofplaces.com
 Alpsteinmuseum: <http://www.alpsteinmuseum.ch>
 Museum für Lebensgeschichten: www.museumfuerlebensgeschichten.ch

Publikationen

H.R. Fricker: I'm a networker (sometimes). St. Gallen: Vexer, 1989.
 H.R. Fricker u.a.: Mail Art. Bern: Netzwerk der Künstler, 1994.
 H.R. Fricker: Erobert die Wohnzimmer dieser Welt! Zürich: edition fink, 2012.

Aktion

«Ort ond Lüüt» im Rahmen des 500-Jahr-Jubiläums der Kantone AR/AI.
 1. Juni 2013: Herisau; 26. Juni: Appenzell. Website: www.arai500.ch

Ausstellung

H.R. Frickers Mail-Art-Archiv im Museum für Kommunikation Bern.
 Website: www.mfk.ch/fricker.html

Bildlegenden

- 1 «LOB TUT GUT», Emailsschild, 2011
- 2 Mail Art, Briefumschlag, 25.3.1986
- 3 «Cancel Apartheid, save Nelson Mandela», Briefumschlag, 17.2.1986
- 4 Landschaftsaktion «Topographie-Photographie», Dokumentationsfoto, 1978
- 5 Plakataktion «Fiktive Kunsthalle St. Gallen», 1980
- 6 Plakat zur Aktion «Ida Schläpfer», 1982
- 7 Button zu «Frauenlandsgemeinde» auf Vorlage eines Poststempels, 1987
- 8 Dokumentationsfoto von «Frauenlandsgemeinde» vom 26.4.1987
- 9 «Sondermarke zur Gedenkfeier für Ida Schläpfer», 1982
- 10 «Abc-Markenbogen», 1985
- 11 «Asyl», Markenbogen, 1991
- 12 «Racism», Markenbogen, 1998
- 13 «ORT DER WUT», Aluminiumschild, 1996
- 14 «Beschilderung – Weg zum Gletscher», Dokumentationsfoto, 1999
- 15 «Place of Places» (Ort der Liebe), Dokumentationsfoto, 2007
- 16 H.R. Fricker beim Aufbau einer Ausstellung von H. Maeder im «Alpsteinmuseum», Dokumentationsfoto, 2005
- 17 Berggasthaus Aescher-Wildkirchli, Teil des «Alpsteinmuseums», Dokumentationsfoto, 2005
- 18 Erzählcafé in der Erinnerungsbar des «Museums für Lebensgeschichten», Dokumentationsfoto, 2006
- 19 Brigitte Huber, Gewinnerin des Togener Kulturpreises 2007, vor ihren Werken, Dokumentationsfoto, 2007
- 20 «Geometer-Denkmal», Dokumentationsfoto, 2012
- 21 Screenshot von H.R. Frickers Facebook-Seite, 7.2.2013
- 22 H.R. Fricker vor dem Bildschirm an der Arbeit, 2012