

#SWEETSIXTEEN/1 1.2004/IX/288/204/NUTSFILE

Stylefile

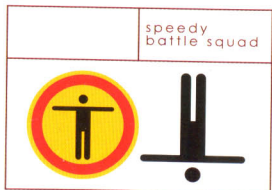
HIGHWAY ROCK'N ROLL DISASTER



DOX
1987



photo: daniel tripp



speedy
battle squad

EIGHT MILES HIGH
urban streetwear
www.eightmileshigh.de

for information get in touch with
publikat KG_fon+49[0]6021/90040-0_fax+49[0]6021/90040-20_contact@eightmileshigh.de
layup GmbH_fon&fax+4131/3118057_gerechtigkeitsgasse 12_CH-3011_Bern_info@layup.ch 



introduction.sweetsixteen

Nutsfile. Nuts/Nüsse – ein seltsamer Ausgabentitel. Und gleichzeitig eine schwierige Farbe, nicht wegen des Tonwertes an sich, wohl aber aufgrund der politischen Belegung dieses Farbtrons. Really „nuts“ sind die Freunde dieser politischen Färbung. Mit liebenswerten „Nuts“ – den Freunden der Wand- und Stahlfärbung - haben wir es wieder in der 16. Ausgabe der Stylefile zu tun. Neben den üblichen Rhein-Main-Seiten haben wir uns diesmal intensiver unserer Home-Area gewidmet. Den Anfang macht POST von AK47 aus Frankfurt; und zwar gleich auf dem Cover, gefolgt von GOTCHA und RINE aus Aschaffenburg. Seit vielen Jahren sind die beiden nun schon dabei, aber selten waren sie so aktiv wie diesen Sommer und haben unsere City mal wieder richtig durchlackiert! Einige der Ergebnisse haben wir in unserem Writer-Special zusammengefasst. Wesentlich länger als die vorgenannten treibt BOMBER in Manhattan sein buntes (Un)wesen. Mit seinen Arbeiten in den späten achtziger Jahren war er einer der Ersten aus der so nahen Main-Metropole, der uns in den Graff-Bann gezogen hat. Mit vielen Jahren Graff-Erfahrung im Gepäck hat er uns nicht nur einen Einblick in sein Forokistlein gewährt, sondern uns auch an seinen amüsanten und erfrischenden Gedanken des Writers BOMBER in der Gesellschaft teilhaben lassen. Für uns persönlich eine besondere Ehre. Mit Blick auf aktuelle Ereignisse haben wir für euch Eindrücke der „Meeting of Styles“ und „Write 4 Gold“ Events gesammelt. Beide Events sind internationaler geworden und bringen die Writingwelt so enger zusammen. Und das ist gut so... Auch auf Stahl haben wir wieder etwas zugelegt und hoffen euch etwas Feines servieren zu können. Stahlgourmets können sich in naher Zukunft auf einen wahren Augenschmaus freuen. Mehr dazu zu gegebener Zeit, wir wollen nur schon mal euren Hunger wecken. Und wenn wir schon beim Wecken sind... ähm, tja, wir sind auf alles vorbereitet, aber Vorsicht ist eben die Mutter der Porzellanliste! Das Stylefile vs. hat diese Runde SUPERBLAST aus Berlin für uns gestaltet. Seine Arbeit belegt, dass sich viele Writer neben der Arbeit mit der Dose auch verstärkt weiteren kreativen Feldern wie Design, Illustration und mehr widmen. Dieser Thematik werden wir in Kürze einen intensiven Tribut zollen. Watch out! Viel Spaß nun mit der aktuellen Ausgabe, frohe Weihnachten, 'nen guten Rutsch... und friert euch nicht die Finger ab.

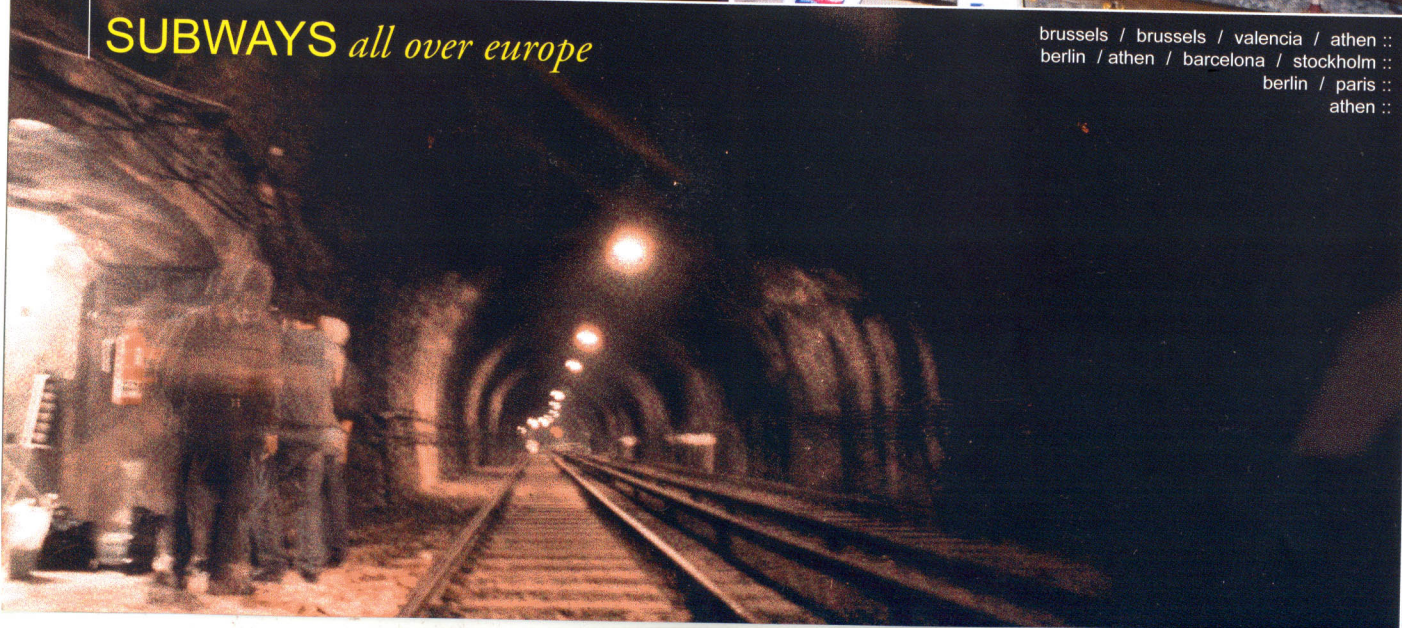
Nutsfile. Nuts – a strange title. And in the same time a difficult color. Not because of the tone itself, but because of the political connection to it. Totally “nuts” are the friends of this political slant. In the 16ths edition of our Stylefile we deal with lovable “nuts” – the friends of wall and steelcoloring. Next to the usual Rhein-Main-pages we dealt some more intense with our home area. At first we have POST from AK47 out of Frankfurt followed by GOTCHA and RINE from Aschaffenburg. Around for quite a few years, but they never have been so active like this summer to repaint our lovely city. Some of the solutions we put together in the writers-special. Considerably longer BOMBER is known for his (un)doing in Mainhattan. With his works in the late 80's, he was one of the first writers who had taken us into his graff-captivity. With many years of experience in his luggage he had not only let us take a look into his photo box, but also gave us the writer's BOMBER amusing and refreshing thought to society. To us personally a huge honour. With a look to recent occurrences we collected impressions of the “Meeting of Styles” and “Write 4 Gold”. One of the positive things is that both events got more international and connect the writer-world more. We also gained on steel and hope to be able to serve some nice stuff to you. Steel gourmets should look forward to an upcoming eyepleasement in the near future. More to that in appropriate times, we only want to wake your hunger. Speaking of waking up... well, we are prepared for everything, but you can never pay enough attention! This editions round of Stylefile vs. was designed by SUPERBLAST from Berlin. His work shows, that, next to graffiti, more and more writer give attention to other creative fields like design, illustration and other. We will give tribute to that shortly. Watch out! Now have fun with the recent edition, Merry Christmas, Happy New year.....and don't freeze your fingers off.

[stylefilerzzz]



SUBWAYS *all over europe*

brussels / brussels / valencia / athen ::
berlin / athen / barcelona / stockholm ::
berlin / paris ::
athen ::



hamburg / roma / moscow ::
berlin / athen / napoli ::
milano / cologne / milano ::



SUBWAYS

all over europe



- :: barcelona / berlin / milano
- :: athen / barcelona / hamburg
- :: madrid / athen / nyc
- :: rotterdam / cologne





THE NEW MONTANA **BLACKSTAR**



maximum point width
for fat 20cm line finish



THE REAL & ORIGINAL SILVER FATCAP
ONLY AVAILABLE @ MONTANA DISTRIBUTIONS

tar-black on bitumen base - new formulation - best coverage
compatible with golden and silver fatcap - extreme fat - extreme accurate - 100% black

WWW.MONTANA-CANS.COM



RHEINMAIN
SMART



Hüttenstr. 156
40227 Düsseldorf
Tel. 0211 8793284
www.Hoodcompany.de



Rush Hour

is BURNING!

- RHEIN-MAIN
- POTT
- EASTSIDE
- LISBOA
- NAPOLI
- BUDAPEST
- ATHEN
- STOCKHOLM

rushhour.3 >> only running trains and liveactions >> out this autumn >> available on dvd

Watch out !!!





five rays
post: frankfurt / kent: frankfurt / atom by kent: frankfurt
post: wuerzburg / henker: schrotti / bomber: ingelheim
hera: wiesbaden / joan, kixi: aschaffenburg / can2: ingelheim
fourth rays
gear: video, mexico, streich, jabolite, riechen / itche, wars: wiesbaden

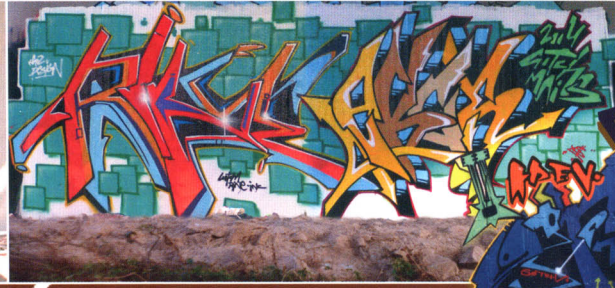
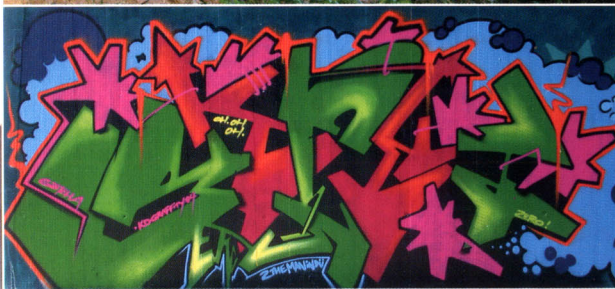


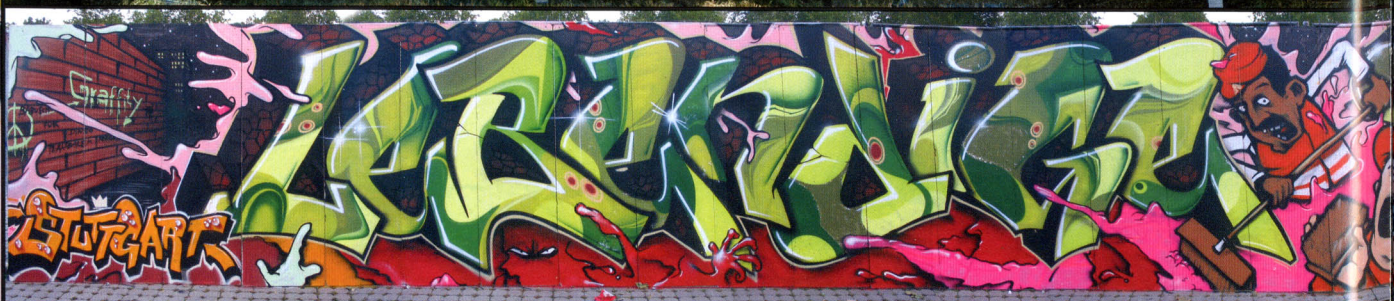
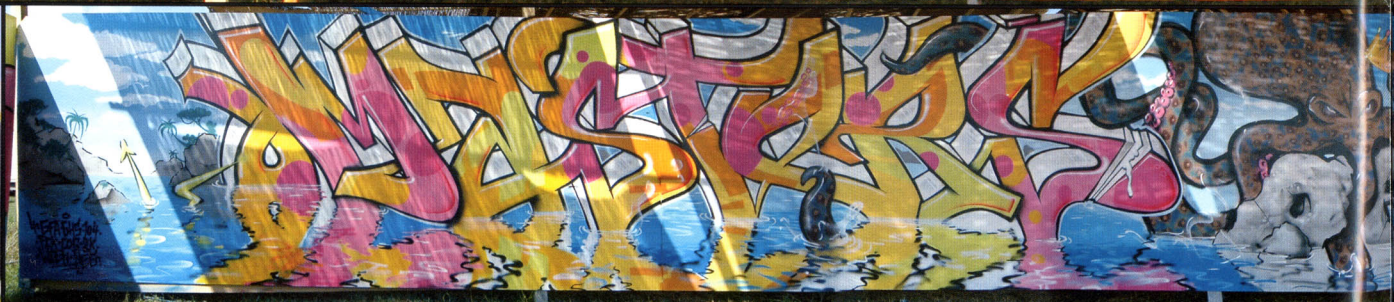
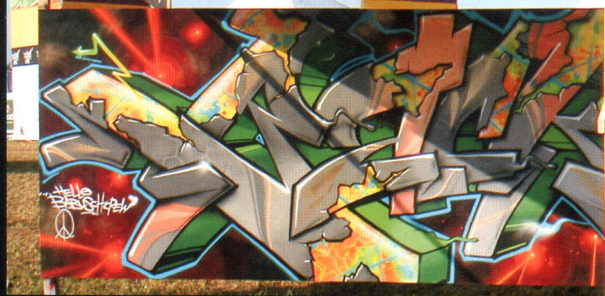
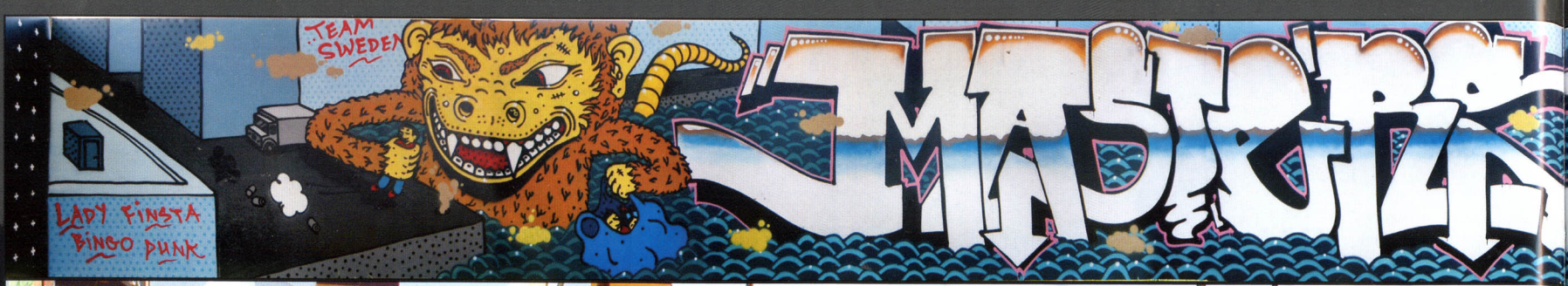
RINEGOTCHAKD

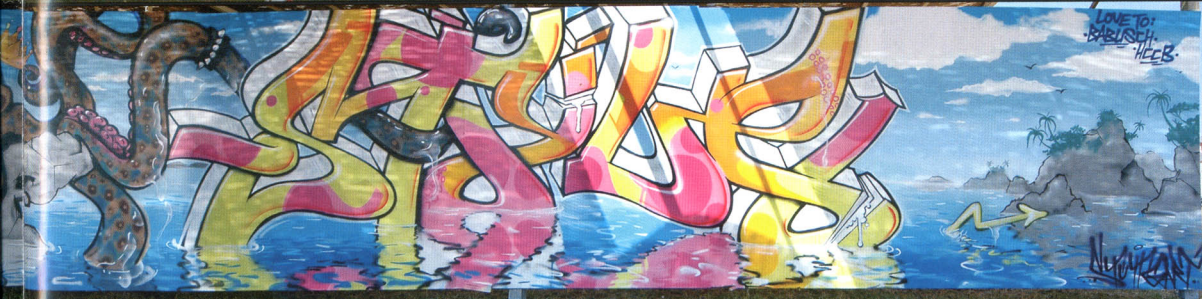



GOTCHARINE
KAOSDESIGNCREW
ASCHAFFENBURG







QUALIFYING SPOTS

- scandinavian
- lithuania
- russia
- poland
- czech. republic
- switzerland
- italy
- france
- germany
- netherlands
- spain

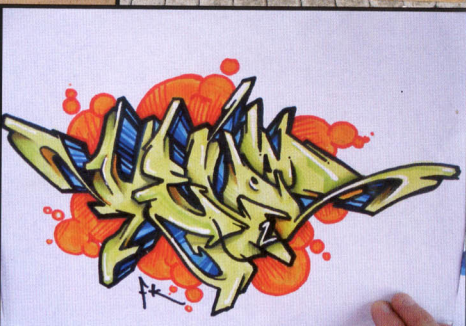
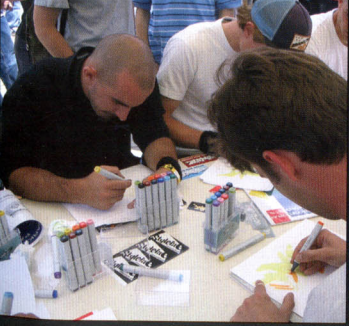
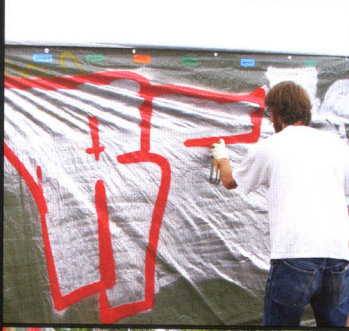
first row:
 mce-crew: sweden @ W4G european final
 (1st place concept wall)

second row:
 stuggies finest: stuttgart @ SPLASH! W4G german final
 (1st place concept wall)

third row:
 stuggies finest: stuttgart @ SPLASH! W4G german final

fourth row:
 stuggies finest: stuttgart @ W4G south qualifying

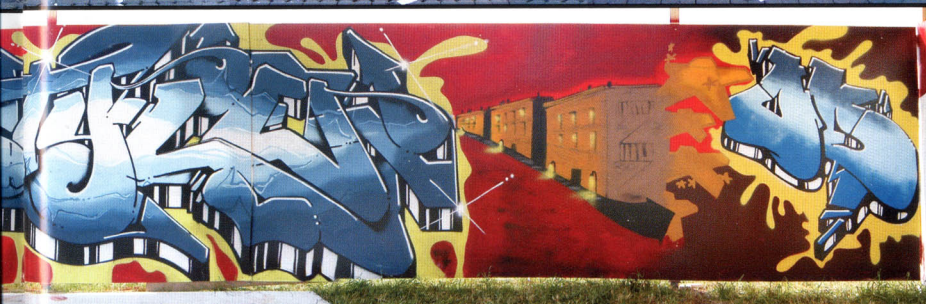




Album out now !







CATEGORIES

concept painting
copic sketching
platinum throw-ups
hardcore tagging

JURY

WRITE4GOLD GERMAN / EUROPEAN FINALS

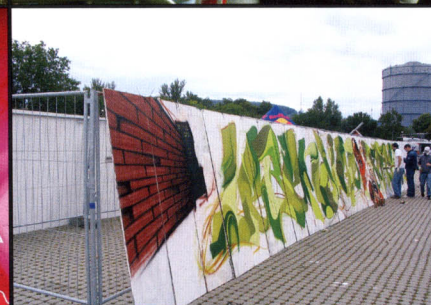
can2 (SUK) germany / smash137 switzerland
jay1 (BBC) france / baby (ADS) germany
rew (CMD) germany / kent (TNB) germany

first row:
FightKlub crew: offenburg @ W4G south qualifying

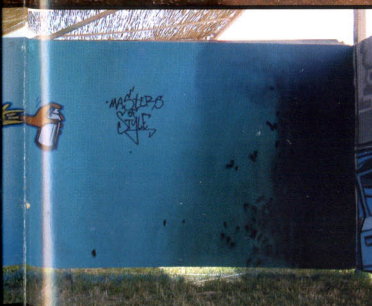
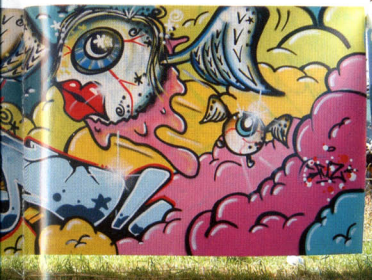
second row:
DGS crew: munich @ W4G south qualifying

third row:
OD crew: netherlands @ SPLASH! W4G european final

fourth row:
OD crew: netherlands @ W4G bohemia qualifying
kacao: berlin @ W4G italy qualifying







RESULTS WRITE4GOLD 2004

WINNER GERMAN FINAL: STUGGIES FINEST (stuttgart)
WINNER EUROPEAN FINAL: MCE-CREW (sweden)

GERMAN FINAL

concept painting (back to the future)

1. stuggies finest: stuttgart
2. GFA crew: berlin
3. FCK crew: hannover

tagging (kirby)

1. stuggies finest: stuttgart
2. GFA crew: berlin
3. GHS crew: berlin

throw up (mc fly)

1. stuggies finest: stuttgart
2. GHS crew: berlin
3. FCK crew: hannover

sketching (anthology)

1. GHS crew: berlin
2. stuggies finest: stuttgart
3. FCK crew: hannover

EUROPEAN FINAL

concept painting (masters of style)

1. MCE crew: sweden
2. stuggies finest: germany
3. USH/OHC crew: poland

tagging (super hoe)

1. TSA crew: russia
2. USH/OHC crew: poland
3. MCE crew: sweden

throw up (write)

1. MCE crew: sweden
2. FCB crew: italy
3. USH/OHC crew: poland

sketching (king)

1. MCE crew: sweden
2. USH/OHC crew: poland
3. SWC crew: france

first row:

gfa crew: berlin @ SPLASH! W4G german final
(3th place concept wall)

second row:

tuz crew: denmark @ SPLASH! W4G european final

third row:

ghs crew: berlin @ W4G north qualifying
neubrandenburg, germany

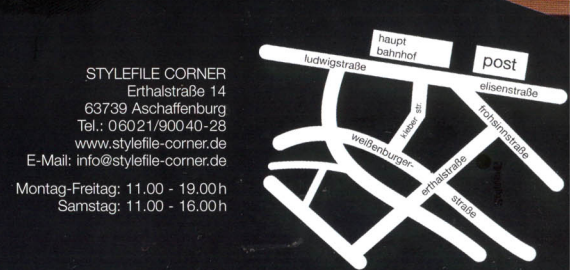
fourth row:

tsa crew: russia @ SPLASH! W4G european final
(2nd place concept wall)
face, jakr: berlin @ W4G north qualifying
neubrandenburg, germany



Stylefile .CORNER

streetstore



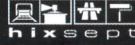
STYLEFILE CORNER

Erthalstraße 14
63739 Aschaffenburg
Tel.: 06021/90040-28
www.stylefile-corner.de
E-Mail: info@stylefile-corner.de

Montag-Freitag: 11.00 - 19.00 h
Samstag: 11.00 - 16.00 h



EIGHT MILES HIGH





Tjaja, wer kennt den eigentlich noch? "Wer soll denn das überhaupt sein?" habe ich neulich unter einem Interview auf www.graffiti.ag gelesen. Das zeigt mir, wie alt ich geworden bin. Horror! Auch ansonsten bin ich nicht mehr so schnell und agil wie früher. Scheiße! Aber da kommen andere auch noch hin. Das ist der Lauf der Dinge und unumstößlich in seinem Sein. Gut, ich will hier keinen gedruckten Gottesdienst oder das Wort zum Sonntag zelebrieren - denn das könnte man glatt meinen, wenn man das Intro liest - sondern einen kurzen Einblick in meine Arbeit geben.

Mittlerweile habe ich bemerkt, dass ich ein äußerst sozialer Writer war, der immer für „die Sache“ kämpfte, anderen half und indirekt dadurch auch auf der Strecke blieb. Ich will hier aber kein Klagegedicht anfangen, wie schlecht die Welt ist und das üblichem bla. Nein, ich will nur zeigen wie schnell Menschen vergessen und wie kurz Fame sein kann. Es gibt einen Satz der lautet: „Nur wer die Vergangenheit kennt und nicht vergisst, und in die Zukunft blickt, wird in der Gegenwart leben können.“ Nun, ich glaube, das habe ich mittlerweile geschafft.

Ich weiß jetzt, wie bestimmte Mechanismen funktionieren und Connections geknüpft werden. Trotz allem habe ich Graffiti die Treue gehalten, so wie wenige andere auch, denn für viele ist es nur ein Durchgangsbahnhof auf dem Weg zu einem anderen Ziel. Auch wenn ich die erste Graffitiagentur weltweit überhaupt, Oxygen (1995), und eine Werbeagentur, Headlab (2000), initiiert hatte und mit beiden auf's Maul fiel, blieb ich meinem Weg treu, der da heißt: Eigenständigkeit und Unabhängigkeit. Sich irgendwo anstellen zu lassen und sich die Eier zu schaukeln mit einem Job, der einen nicht ausfüllt, ist einfach. Von dem Scheiß zu leben, den man liebt, ist schwer. Props an diejenigen, die wissen was ich meine und sich auf dieses Spiel ebenso eingelassen haben, wie andere und ich.

Das Potential von Graffitiwriting zu sehen und zu vermarkten war schon immer, zusätzlich zu meiner eigenen künstlerischen Leistung, ein Ziel von mir. Aber ich kann nicht alles gleichzeitig - leider. Ich denke mal ZEBSTER von MZEE und einige andere hatten und haben das gleiche Problem. Ich selbst sehe auch nicht nur immer meine Arbeit im künst-

lerischen Sinne, sondern das gesamte Potential von Graffiti. Und das ist ganz schön groß, weil Graffiti eine Neueinführung eines Maltools, eben der Farbspraydose, ist. Graffiti, und neuerdings die Spielart Street Art, und deren Ausführenden sind oftmals schlichtweg zu einseitig, stehengeblieben und irgendwie satt. Viele reden über Street Art und ich höre immer öfter das Wort „Rebel Art“, als wären es ganz neue Wege. Aber nein. Sticker, Plakate und Farbbrollen sind nix Neues und nur Spielarten von Graffiti. Ich erinnere nur an SHEN (Chicken George) aus Köln, von dem ich schon sehr früh solche Geschichten gesehen habe. Und auch MAGIC aus Düsseldorf hat für deutsche Verhältnisse früh mit andersartigen Throw-Ups von sich reden gemacht.

Gut, höre ich mal mit dem Marketinggeschwurbel auf und rede mal über zukünftige Dinge. Mit diversen Menschen habe ich den gemeinnützigen Verein „Einwandfrei“ (www.einwandfrei.org) gegründet, der sich um den Schutz von Kunst im öffentlichen Raum, also auch (sic!) illegal entstandene Graffiti, einsetzen soll. Das ist natürlich ein hochexplorierender Vereinszweck, denn er zeigt an, dass auch Nonprofitkunst, wie Graffiti, auch als Kulturgut schützenswert ist. Dies war lange überfällig und kann, bei reger Beteiligung und Mithilfe, auch zu einem starken Machtfaktor in Deutschland werden. (Oje, ich sehe schon die Verfassungsschutzbehörde bei mir einlaufen.)

Man möchte es nicht glauben, aber Graffiti ist zu einem festen Wirtschaftszweig geworden, und dem gilt es, so wie es alle Wirtschaftszweige tun, auszubauen und zu verteidigen. Und da liegt die Chance und auch die Crux: fight & unite. Ich will hier nicht zu Anarchie aufrufen; im Gegenteil. Seht euch als Dienstleister und Künstler, und Graffiti wird anders angesehen werden. Vor allen Dingen ist es in Deutschland notwendig das Maul aufzumachen. Sonst macht es jemand anders. War schon immer so in Krisenzeiten. Ich erinnere nur an einen kauzigen jungen Künstler mit kleinem Oberlippenbart aus Österreich, Mitte des letzten Jahrhunderts.

Wie sensibel über unsere Köpfe gewacht wird, zeigen tägliche Berichte der Medien über Graffiti, die vor zehn Jahren noch eher positiv besetzt waren und seit ca. drei Jahren erheblich schärfer ins Negative tendieren. Dies liegt zum einen am 11. September 2001, als auch an der allgemeinen Terrorangst, die durch Graffiti nur noch mehr geschürt wird. Im TV, vorrangig in Krimis, werden Morde und Crime fast immer vor Wänden abgehalten, die mit Graffiti bemalt sind. Erstaunlich, aber beobachtet selbst einmal. Das wäre so, als würde man Politiker immer in Zusammenhang mit mafiosen Strukturen bringen. Den Vergleich würde ich nie wagen. Aber es ist natürlich eine Klischeebildung reinsten Wassers, die, ist sie erst einmal Allgemeingut und in den Köpfen der Leute, extrem gefährlich ist. Denn sie zeigt ein Bild der Zerstörung. Und: Klar zerstört Graffiti etwas, aber das macht der Verkehr auch. Und: Klar sind Sprayfar-

ben giftig, sind Autoabgase aber auch. Immer eine Frage der Lobby, des Images und der Position des Betrachters. Diese Angstmacherei muss aufhören, denn sie degradiert uns zu Verbrechern, und bildet die Möglichkeit für viele Firmen sich über unsere Tätigkeit nebenher noch einen Haufen Kohle zu sichern. Die ganzen Antigraffitiaktionen und Bündnisse sind nichts anderes als der legalisierte Weg an allgemeine Steuergelder zu kommen. Illegal bemalte Wände einfarbig zu streichen ist wohl auch dann mit das Dummste, was man sich dafür als staatlich oder städtisch unterstützenswerte Lösung (siehe Frankfurt) aussuchen kann.

Momentan wird viel über Graffiti in der Politik geredet. Die einen meinen, es müsse härter bestraft werden, andere meinen, so schlimm sei es doch gar nicht. Wie immer wird die Wahrheit in der Mitte liegen und es liegt an uns allen, diesen Nörglern zu zeigen, dass auch nichtkommerzielle Malerei einen Anspruch auf Existenz hat. Nur weil etwas bezahlbar ist, muss es nicht unbedingt einen höheren Stellenwert besitzen als etwas Freies.

Nur weil die Idee von Graffitikunst immer wieder durch neue junge MalerInnen weiter am Leben erhalten wird, wird es seit knapp 40 Jahren als Jugendkultur eingestuft. Keiner von uns Vollprofis ist noch im Jugendalter, weder hier noch in den USA, noch sonst wo. Wir haben uns dafür entschieden von und mit Graffiti zu leben. Das meine ich, wenn ich sage, wir sollten langsam ernst genommen werden und nicht als hirnampulierende Vandalen tituliert werden. Medial gesehen, wird Graffiti klischeehaft ausgeschlachtet was das Zeug herhält. H&M verknüpft betagte Pullies, jedes hippe Produkt (Viva, Sportartikelhersteller etc.), die Liste ist endlos) im Lifestylesektor setzt in den jüngeren Zielgruppen auf HipHop. Und die Bildwelt von HipHop ist ja bekanntermaßen Graffiti. Aber hier wird definitiv nur das Klischee gekauft und auch verkauft.

Dem Achtjährigen ist es egal was auf dem Pulli steht, Hauptsache irgendwie unleserlich und Graffiti-Lookalike. Papa, der vielleicht das illegal entstandene Graffiti an seiner Garage hasst und eine Anzeige gegen Unbekannt gestellt hat, kauft den Pulli für 79,- Euro. Pervers, aber Alltag - überall. Na ja, und der/die 17-jährige WriterIn, der/die es entworfen hat, bekommt davon wie viel Honorar? Eben, nix oder 150,- Euro fürs Design. Super...

Was hat mir Graffiti gebracht? Es hat mir mein Selbstwertgefühl erhalten und mich in Kreise vordringen lassen, in die ich als Angestellter vielleicht nicht gekommen wäre, oder gar nicht erst hätte denken können in solche Kreise zu schauen. „Folge dem weißen Kaninchen und ich zeige Dir den ganzen Kaninchenbau“ oder so ähnlich.

Nun, vielleicht einen kleinen Einblick in meinen Tagesablauf: 8:00 Uhr aufstehen, frühstücken usw. Danach an den Rechner (MAC), Mails checken, Angebote, Auftragsbestätigungen, Rechnungen schreiben und/oder Jobs (Illustrationen, Layouts, Ideen, Konzepte, Fonts, Bildbearbeitung etc.), Datenbank überarbeiten usw. am Rechner erledigt.

gen, dann ist es meistens schon Mittag. Dann entweder ins Atelier fahren und Leinwand malen (je nachdem, ob ich eine gelungene Idee habe oder nicht) oder Auftrag malen (wenn vorhanden) oder Organisation von unterschiedlichsten Geschichten (Verein oder Planung von Events etc.). Abends oft Fußball oder Badminton als Gegengewicht zum am Computer sitzen. Na, und dann ist der Tag meist schon rum. Oft auch noch Party und Spaß des Nächstens.

Wenn man sich Graffiti und die Menge davon anschaut, so ist man als interner Begleiter dieses Mediums erschrocken, wie viel sich seit den Anfängen geändert hat, und wie selbstverständlich sich Leute auf dem ganzen Planeten anscheinend diesem Thema nähern und „easy come, easy go“ jeder möglichst eine eigene Handschrift kreieren will. Graffiti ist kein Kick einer Randgruppe mehr. Und auch die Menge der Künstler und Bilder, macht Graffiti zu einem potentiellen Machtfaktor und zu einem nicht zu berechnenden Gefahrenpotential, mit dem das System (oder wie man auch sonst die Welt bzw. Staatsführung nennen mag) grundsätzlich ein Problem hat und sich daher auch Geschichten einfalten lässt um das Netz enger zu schnüren.

Jetzt habe ich einen Berg aufgetauter Punkte ausgekübelt und ich hoffe auf Feedback. Nicht nur seitens der Maler, sondern auch anderer Menschen.

L'art pour l'art mag ich nicht. Aggro ohne Sinn mag ich nicht. Gewalt sät nur Gewalt. Und hey, hier ist ein schöner Satz, den ich neulich bei einer großen internationalen Werbeagentur als Philosophie gelesen habe:

„Ich glaube, dass brillante Ideen außergewöhnliche Ergebnisse erzielen, für unsere Kunden und natürlich für uns selbst. Mit Haut und Haaren sind wir Feinde des Gewöhnlichen, Durchschnittlichen und Althergebrachten. Wir geben uns nie mit dem Status quo zufrieden. Wir meiden den einfachen, gemühtlichen und ausgetretenen Weg. Wir geben alles, um immer wieder neue, außergewöhnliche und überraschende Ideen, Konzepte, Strategien und Lösungen zu finden. Unsere Leidenschaft, Energie und Beharrlichkeit, mit denen wir das Gewöhnliche bekämpfen, sind grenzenlos. Wir sind keine Anarchisten. Wir wollen nicht anders sein, nur um des Andersseins Willen.“
Dem ist eigentlich nichts mehr hinzuzufügen. Bei den letzten beiden Sätzen bin ich mir dann bei vielen doch nicht mehr so sicher =)

Ich war neulich in einer Kunstbuchhandlung am Frankfurter Römer und es macht mich stolz, wenn in solchen Läden die STYLEFILE ausliegt. Oder Logobücher, mit Arbeiten von SCIEN & KLOR, SMAL oder PAZE (ABC) aus München. Das zeigt an, dass Graffiti und diejenigen, die es ausführen, einen Einfluss in der Gestaltung geschaffen haben, der weit darüber hinaus geht, Vandalismus zu sein.



BOMBER

BOMBER? BOMBER!

Kann ein Writer einen perfekteren Namen haben? Viele werden sich gefragt haben, warum sie nicht selbst auf diese geniale Idee gekommen sind. Aber dann müssen die meisten feststellen, dass sie zu BOMBERS Anfangszeiten mit dem Begriff „Graffiti“ noch gar nichts anfangen konnten. Der Name ist bereits seit 1988 vergeben, und die Person, welche dieses Pseudonym sein Eigen nennt, hat ihn auf jeden Fall verdient. Auch wenn es heutzutage ruhiger um ihn geworden ist, BOMBER hält die Writing-Fahne in Frankfurt von Beginn an hoch. Es gibt selbst international wenige Sprüher, welche alle Facetten von Graffiti so lange auf höchstem Niveau gelebt haben. Grund genug, diesem sympathischen Menschen in unserem Magazin eine Plattform zu bieten, seine Weltanschauung in Sachen Kunst und Kultur der Allgemeinheit preis zu geben.

first row:
seyoone. bomber. sonic. biel.2003

second row:
bomber. blackbook. 1994 / character: ingelheim. 2004
bomber: zug. switzerland. 1993



first row:
 bomber: neuss.1997
 dedication to CHROMZ and SAIR (r.i.p.) by bomber and loomit: munich.1991
second row:
 a fbi-project gor. bomber: paris.1993 / bomber: geneva.1999
third row:
 bomber: meetingofstyles.lyon.2003 / dsign.killas: blackbook.1989
 bomber: beim schnitzer hendoc im garten.2004



BOMBER? BOMBER!

www.bomber.de



Can a writer have a more perfect name? Many might have questioned themselves why they didn't get to this genius idea before. But most of them did not even have a use for the word "graffiti" when BOMBER began writing. The name was chosen in 1988 and the person whose aka it is has proven that he deserves to be called like that. Even if it got a bit calm about him these days, BOMBER keeps the graffiti-flag in Frankfurt flying ever since. Even internationally there are only a few writers who had been living all the facets of graffiti on the highest level. Reason enough to give this sympatcal person a platform in our magazine for giving his worldview in terms of art and culture to the general public.

Oh well, who can still remember him? In an interview on www.graffiti.ag I could read recently: "Who is that supposed to be?". That shows how old I became. Horror. Also, in some other ways I'm not as quick as I used to be. Damn it. Others will follow. That is the way of life and that is unalterable in its being. Ok, I don't want to celebrate a written worship or the word to the Sunday. That is what you could think when you read the intro. It should be more a short insight into my work.

Meanwhile I have noticed that I was an extremely social writer, who always had been "fighting for the thing" and had been helping others, but had been

left back. But I don't want to moan about how bad the world is and all that trash. I only want to show how fast people forget and how brief fame can be. There is a sentence that goes like this: "Only the one who knows the past and does not forget to look into the future, will be able to live in the present.". Well, I believe in the meantime I was able to manage that. Now I know how certain mechanisms and connections are made. Still I have kept my faith to graffiti, just like a few others, because for some it is only a way through to another goal. Even when I founded the first graffiti agency worldwide, Oxygen (1995) and an advertising agency, Headlab (2000), and was going down with both of them, I was sticking to my thing, that is: autonomy and independence. It is easy to get a job where you can joggle your balls but not filling your life. It is hard to live of something that you love. Props to the ones that know what I am talking about and got into the game like others and myself.

To see and commercialize the potential of graffiti writing had always been, next to my artistic output, one of my goals. But I can not do everything – sad but true. I think ZEBSTER from MZEE and some others had the same problem. I personally do not see my work in an artistic sense, but the whole potential of graffiti. And that is quite huge, because graffiti is the new invention of a paint tool, the spraycan. Graffiti and newly the variety street art and their performers are mostly too simple, stand still and somehow saturated. Many talk about street art and more often I hear the word rebel art like it would be something new. But no! Stickers, posters and paint rollers are nothing new, but only new varieties of graffiti. I like to remind of SHEN (Chicken George) from Cologne, from whom I had seen stuff like this very early. And also MAGIC from Düsseldorf had drawn a good amount of attention to himself, at least for German conditions, with his different styling for throw-ups.

Ok, stop that marketing blabla and start talking about future things. With some certain people I founded the friendly society "Einwandfrei" (www.einwandfrei.org) which works for the protection of art in public places, which also includes illegal graffiti. That is of course a highly explosive purpose of the association because it points out that even nonprofit art has to be protected as well as objects of cultural value.

Now it's time and it can transform into a big factor of power in Germany, with a good amount of co-operation and assistance (oh my god, I can already see the protection of the constitution kicking my door.)

You might not believe it, but graffiti became a sector of the economy which has to be widened and protected, like all the other industrial sectors do. And there is the chance and also the crux: fight & unite. I do not want to call out for anarchy. The opposite is the case. See yourself as a service provider and artist, and graffiti will be seen with different eyes. Primarily you have to open your mouth in Germany. Otherwise someone else will do it. In times of crisis it has always been like this.

I can remember a grumpy young artist with a small mustache from Austria in the middle of the last century.

In which sensitive way we are being watched, show the daily media reports about graffiti, which had been a bit more positive ten years ago, but turn more and more negative since about three years. In one way that is because of 9-11, but also because of the common fear of terror which is strengthened by graffiti. In television, mostly in suspense, murder and crime is committed in front of walls which are painted with graffiti. Astonishing, but check it out by yourself. It would be about the same if you would always connect politicians with mafia structures. Of course I would never dare this comparison. It is a cliché of purest water, which is, once burned into people's minds, extremely dangerous. It shows a picture of destruction. And: clearly graffiti destroys something, but so does traffic. And: clearly spray colors are dangerous, but so are car emissions. Always a question of the lobby, the image and the viewer's position.

This frightening has got to stop, because it degrades us to criminals and provides the possibility for many companies to make business with what we are doing. All these anti-graffiti-actions and pacts are nothing but the legalized way to sneak up to public tax payments. To top-dress walls white, which are painted illegally, must be one of the dumbest things to choose as a state- or urban-sponsored solution (check Frankfurt).

In politics there is a lot of talk about graffiti. Some people think it should be punished harder, the others think it is not that bad. Like always, the truth is in the middle and it is up to us to show these crumblers that also non-commercial work has its right to exist.

Only because you have to pay for something, it does not mean that it is to be set on a higher level as something that is for free. The idea of graffiti art is being kept alive by young newcomers all the time and that is why it is put as a youth culture since about 40 years. None of us professionals is in youth age, neither here in Europe nor in the USA or somewhere else. We decided to live with and of graffiti. That is what I mean when I say we should be taken seriously and not be called brain-dead vandals. In the media graffiti is cannibalized in a very clichéd way. H&M sells tagged t-shirts, every hip product in the lifestyle sector (music television, sporting good fabricators, and so on, the list is endless) counts on HipHop for the younger target group. And the picture for HipHop is graffiti... but definitely it is only the cliché that is being sold.

The eight-year-old kid does not care what is written on his sweater, important is that it is unreadable and graffiti look-alike. Dad, who probably hates the illegal piece on his garage, made a report against unknown, and buys the sweater for 79 bucks. Pervert, but business as usual – everywhere. Ok and the writer who designed it gets how much of it? Right, nothing or maybe 150 bucks for the sketch. Great...

What did graffiti give to me? It kept up my self-esteem and had let me get into places where I never would have gotten into as a normally employed person, or not even had dreamed of taken a short look into. "Follow the white rabbit and I'll show you the whole burrow" or something like that.

And now a short look into my daily routines: getting up at eight, breakfast and so on, after that on to the computer (MAC), checking mails, offers, contract confirmations, paying bills and/or doing jobs (illustrations, layouts, ideas, concepts, fonts, editing pictures etc.), revise database and so on. By that time it is mostly already afternoon. Then either drive to the atelier to paint a canvas (depending on if I have a good idea) or do a commissionary job (if available) or organization for different things (society or event planning). In the evening I often play soccer or badminton as a balance for sitting at the computer all the time. And then the day is gone already. Partying often and having fun at nightlife.

If you take a look at graffiti and the mass of it, you'll get terrified as an internal attendant how much has changed since the beginning and how naturally people on this planet get close to this theme and "easy come, easy go" they want to create their own handwriting if possible. Graffiti is not anymore a kick of a lunatic fringe. The mass of artists and created pieces make it a potential aspect of power and danger, which is a problem to the system (or whatever you would call the world or the government). That is why they make up stories to strap the net a bit more tight.

Now I put out a pile of held back points and I wait for feedback, not only from the writers' side but also from others.

L'art pour l'art is what I don't like. I also don't like aggression without sense. Violence only brings up new violence. And hey, here is a nice sentence which I heard recently from a big international advertising agency as their philosophy:

„I believe, that brilliant ideas bring out extraordinary results, for our clients and for us. With skin and bone we are enemies of the ordinary, average, traditional. We are never pleased with the status quo. We avoid the easy, comfortable and smooth path. We give everything to, always again, find extraordinary and surprising ideas, concepts, strategies and solutions. Our passion, energy and patience that we use to fight the ordinary are endless. We are no anarchists. We do not want to be different only because to be different.“

There is nothing to add. The last two sentences I am not as sure with everyone =)

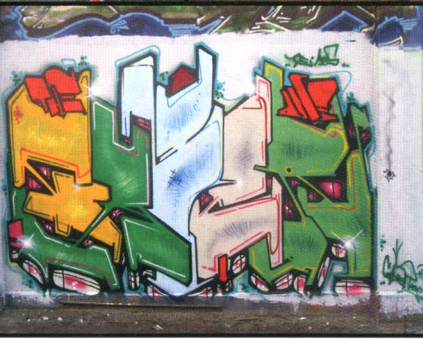
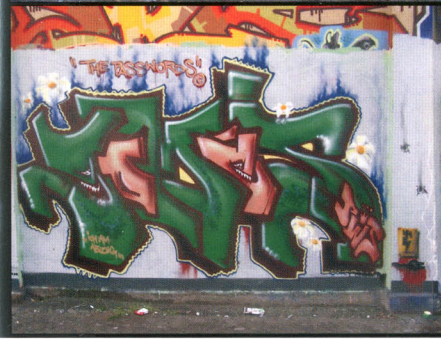
A few days ago I went to an art bookstore close to the Frankfurter Römer and it makes me proud when I can see the STYLEFILE in stores like this one. Or logo books with works of SCIEN & KLOR, PACE (ABC) or SMAL from Munich. That shows that graffiti and the ones who do it put up influences in design, that go far from vandalism.



first row:
 caber / wow123 / syer / stoer / dee1. syer
second row:
 hek. tesa / gomes. caber. shako. rigoe
third row:
 marok. antik. syer. wow123



bremen
 special
 11





first row:
 coce. herd. cobs: berlin
second row:
 kest. side: berlin
third row:
 rookie. lordscan: aachen / reso: saarbrücken
fourth row:
 faser. plak: nürnberg



“BERLIN'S BESTER GRAFFITI SHOP...”

Overkill „SHOP“

SNEAKERS * GRAFFITI * MUSIC

**BERLIN-KREUZBERG 36
KÖPENICKERSTRASSE 195 A
10997 BERLIN**

1 MIN. VOM U-BHF SCHLESISCHES TOR - U1

www.OVERKILLSHOP.com

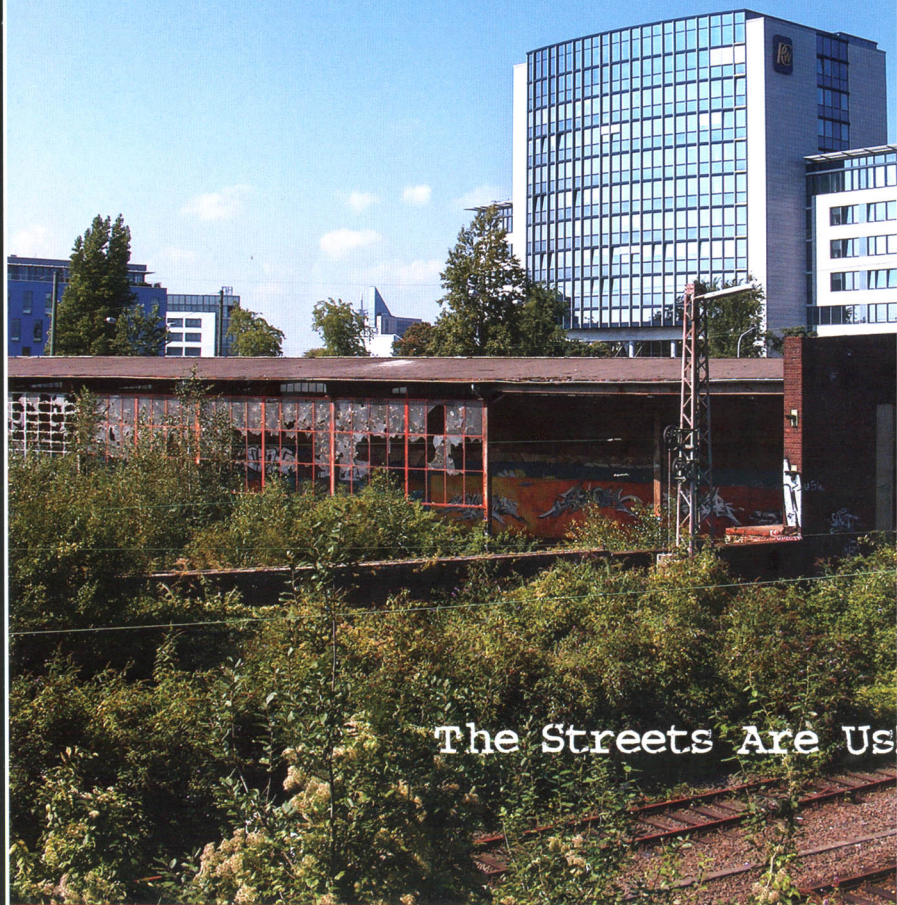
tel./fax 030 695 06 126 | info@overkillshop.com
mo-fr: 11.00-20.00 uhr | sa: 10.00-16.00 uhr



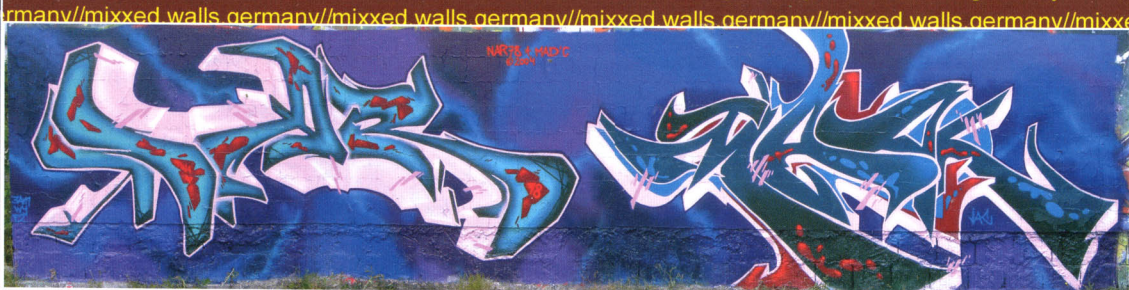
since 1992

WWW.HIPHOP.DE

graffiti@hiphop.de



The Streets Are Us





first row:
rok: dortmund / nar78, mad: calbe / laffi
cide, desk7: frankfurt / chony, ekse: berlin
second row:
rookie: dortmund / amore, faze: karlsruhe
määdheis, keats: hamburg
third row:
kens, trek: berlin / taggermeeeeez
maclains: bädsalzuengen
fourth row:
slide, amore, drik, fader, rokse: stuttgart





first row:
ta55o: regensburg / beat: gifhorn
second row:
look. suke. jack: berlin
third row:
pares. sofar: kiel / bon: ingolstadt
fourth row:
irak. mores: hamburg / saloon: dresden



www.urbancrimes.de

BASSBOXXX

AMSTAFF
MUZZ

crackhaus

RAP
LAUS
RECORDS



BERLIN CRIME

URBAN

CRIMES

music

utilities

clothing

stickers

clothing

scratcher



CORDON
BERLIN



MONANA



partners in crime:
urbancrimes



HARDCORE

CORIO

ADRENALIN
ENTERTAINMENT

www.urbancrimes.de



first row:
 eastsidegangsters, poland
 rhbs burning stuttgart
 town: nürnberg

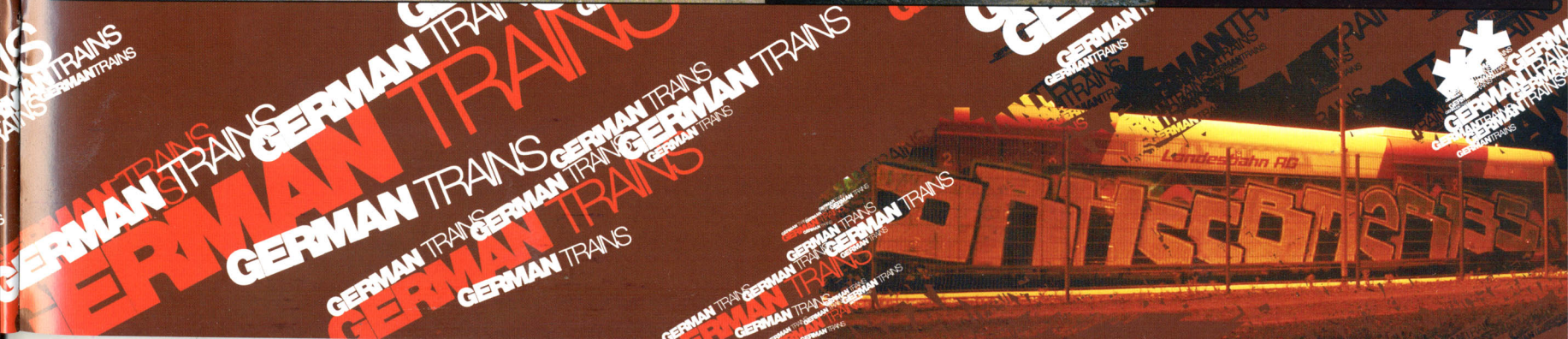
second row:
 stain, vens, nyse, nash, sunk, neas
 visiting wiesbaden
 dias in full effekt; italy
 streetbombers in belgium

third row:
 cream, wesp, komet, wink, rotor
 rocking the wall in berlin



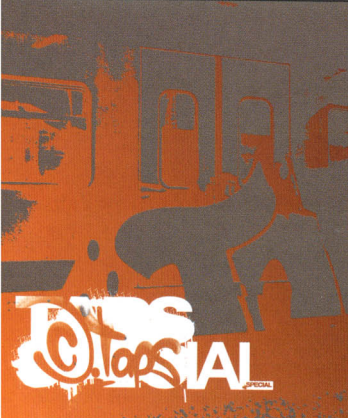
Well, memories will burn you
Memories grow older as people can
they just get colder
Like sweet sixteen













I HAVE
2 SHAVE
MY



<01>



<02>



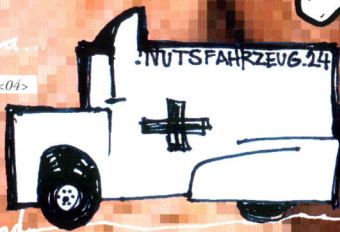
<03>



<05>

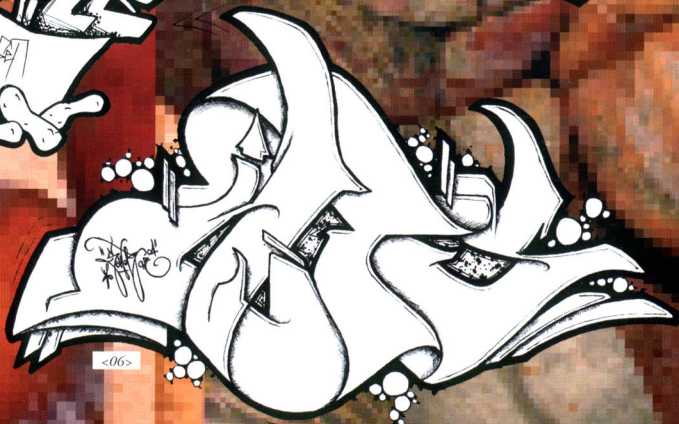
... it's a ...

<04>

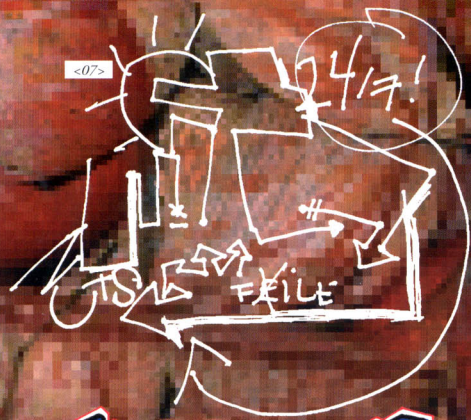


... long road

to hope!



<06>



- filter: neubrandenburg <01>
- sick: gütersloh <02>
- reset: rheingau <03>
- motor: wiesbaden <04>
- wack: stuttgart <05>
- sewer: würzburg <06>
- yor7: wiesbaden <07>
- orm: dortmund <08>
- pyroe: berlin <09>
- nosher: munich <10>
- clor: potsdam <11>
- esco3: italy <12>

NEO 1976 THE (SUPER) BLAST MANIFEST & O

UTOPIA

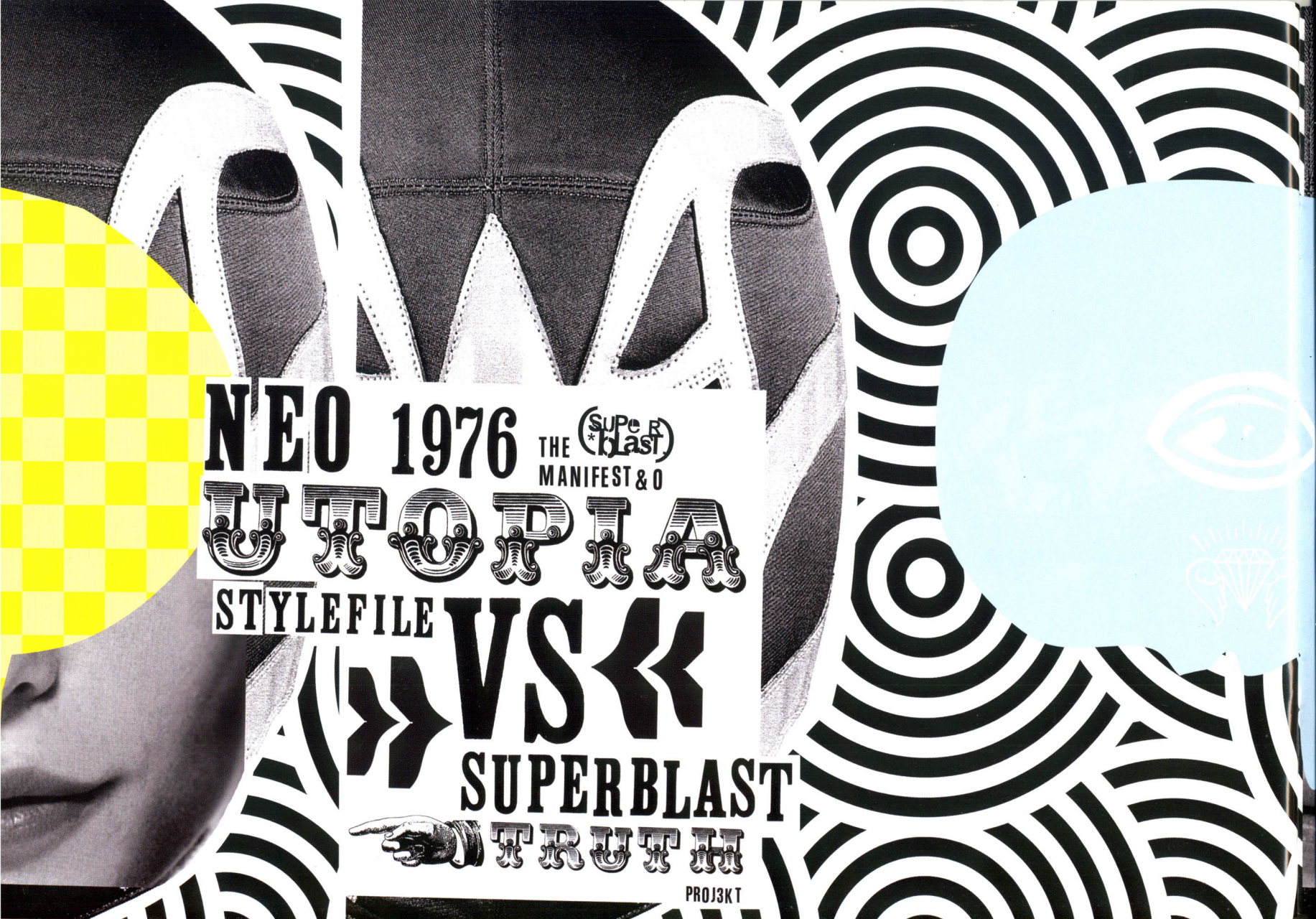
STYLEFILE

VSK

SUPERBLAST

TRUTH

PROJKT





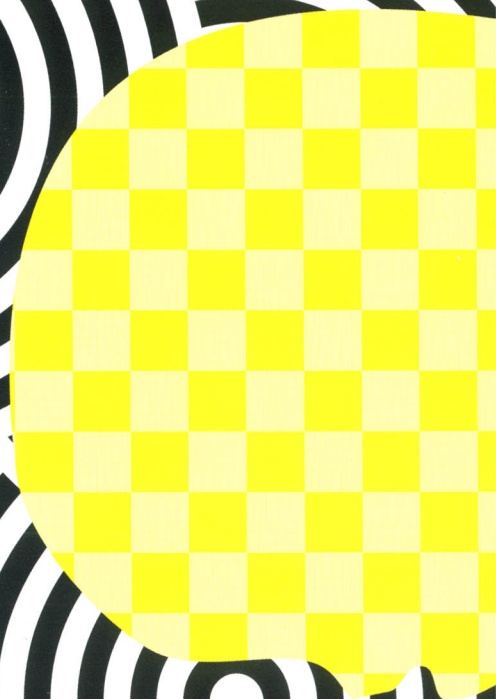
HUMANSHIELD

SELF CONTROL

UTOPIA
1976
SUPER
BLAST

MENTAL WEAPON REFLECTION
© 2004

@topia1976.com

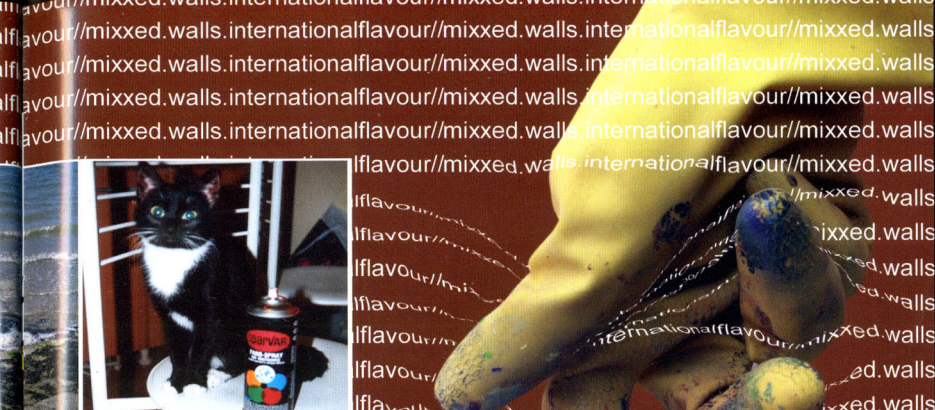




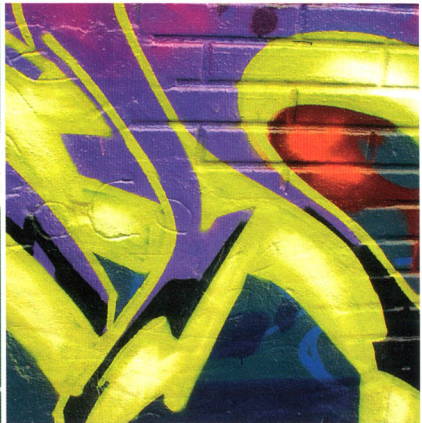
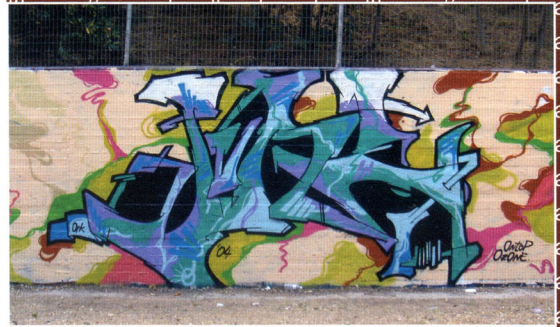


first row: omsk. bas2. sear. denmark / nade. live. greece
second row: stick. creesone: poland / mide: poland / koup: poland
 skew: france / era. themo: france
third row: korupt: poland / pote: poland / colin. skem2, rok2: innsbruck
 wurstsalat: italy / qbrck: greece





lazy on the beach: new zealand / spanariaciucie: dormund
 first name: second name: italy / amn-klan: italy
 third name: fourth name: pure: greece
 cope: bronxxx / tdb: greece / bates: oslo / the man with the maáááá chemicals: italy



PROCHAINEMENT DANS LES KIOSQUES : AKA, MAGAZINE DÉDIÉ AU GRAFFITI.

aka

ONE VISION OF... NEW YORK
 26 NOVEMBRE 2004 in stores & press shops
 A special issue from GRAFF IT ! Productions Publishing - Paris France 2004
 PUBLICATION HORS-SÉRIE DU MAGAZINE TRIMESTRIEL GRAFF IT !
 More information & order: aka@graffitimag.com



first row:
siera. act: barcelona / smash137: basel
second row:
lunar. zwer. rest: zagreb
third row:
cash. fly: torino / stick: poland
fourth row:
robot. revo: eindhoven



www.sabotaz

www.sabotaz.com



agents wanted



first & second row:
 lue. ners. jstone. noone. liv. dee. cazo. iquado. neid. june. sanka. kar: mos. thessaloniki
fifth row:
 sorry readers, this is too hard for us, but it was done there: mos. wintherthur





*eckō unltd.

S8
www.S8Yard.de

WYNAWA

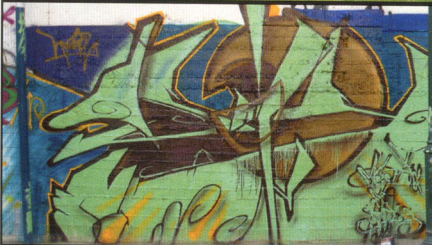
Stylefile

MEETING OF STYLES.2004

Meanwhile the Meeting Of Styles has been pretty well established, as most of this year's destinations have already been part of the project since 2002. The idea to establish a Graffiti-Meeting, to support the netting of the scene but also to create a forum, gains huge respect throughout the world. What makes the Meeting so special and unique? It's made by writers for writers. Important for us is the free spirit in which the MOS was born and is held in. Quite interesting to see are the different skills and styles of each national scene, the way they work and collaborate with other writers. At all Meetings it's always the same: Writers come together, start to know each other, exchange flicks and blackbooks for sketching, and everybody is happy to be with brothers in mind. What's new this year is that there are three cities in the USA and Mexico. Three MOS are taking place in the states, which is unique, as only one MOS takes place in each country. But because the states are as big as Europe, we simply had to do three MOS to feature the East, the Mid and the West. Interesting in here is the fact that each region has its own flavour of skills and styles, but also its own way of collaboration. As the Meetings just have taken place over there, you need a little more patience to get the visual entertainment of them into your brain. We are already thinking and planning next year's schedule. As the MOS depends on sponsorships we don't know yet what will happen and how. But if you got any ideas about brands that might be interested in working with us, let us know. Stay tuned and check it out.

www.MeetingOfStyles.com





first row:
nash and friends / jungle tactics team alosta: mos.antwerpen
second row:
hoper, sulet, toil: mos.thessaloniki
ninjos de la pintura and duck: mos.antwerpen



Weside

GRIM TEAM

GRIM TEAM

GRIM TEAM



Weside

www.wesideprod.com





vandalz.on.vacation
summer.2004

denmark. austria. holand. spain. france. italy





Die beste Adresse in der Stadt seit 1993

HIP HOP STORE DA SOURCE

Schauburgerstraße 4 - 20095 Hamburg Fon: 040 - 32 16 62
5 min. vom U/S-Bahn Jungfernstieg / U-Bahn Rathausmarkt

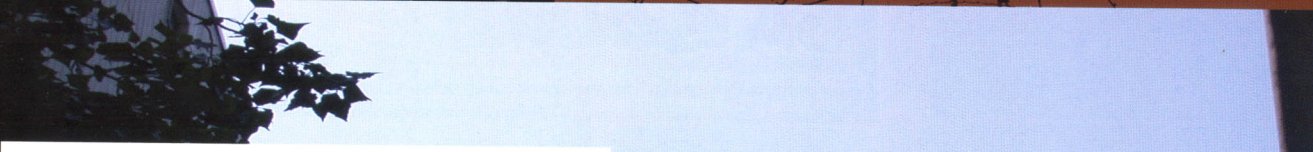
Hip Hop &
Street Wear
Graffiti-Cans &
Zubehör
Magazine
Bücher
Tapes-DVD's
Wu-Schuhe
Full & Flex Caps
und reichlich Infos

Stylefile

these guys will colorize your year:
**CAKES.56KBOY.RESQECB.RAZOR.
 BOE.JOAN.MACLAIM.TAPS.OTIS
 RUSKIG.KAOS.RUEDIONE.KLARKKENT**

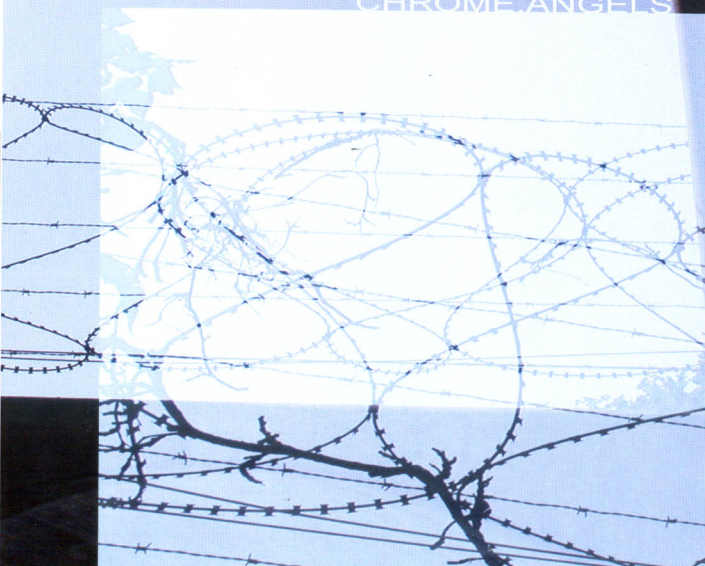
check isbn: 3-9807478-9-1. your local dealer or www.stylefile.de

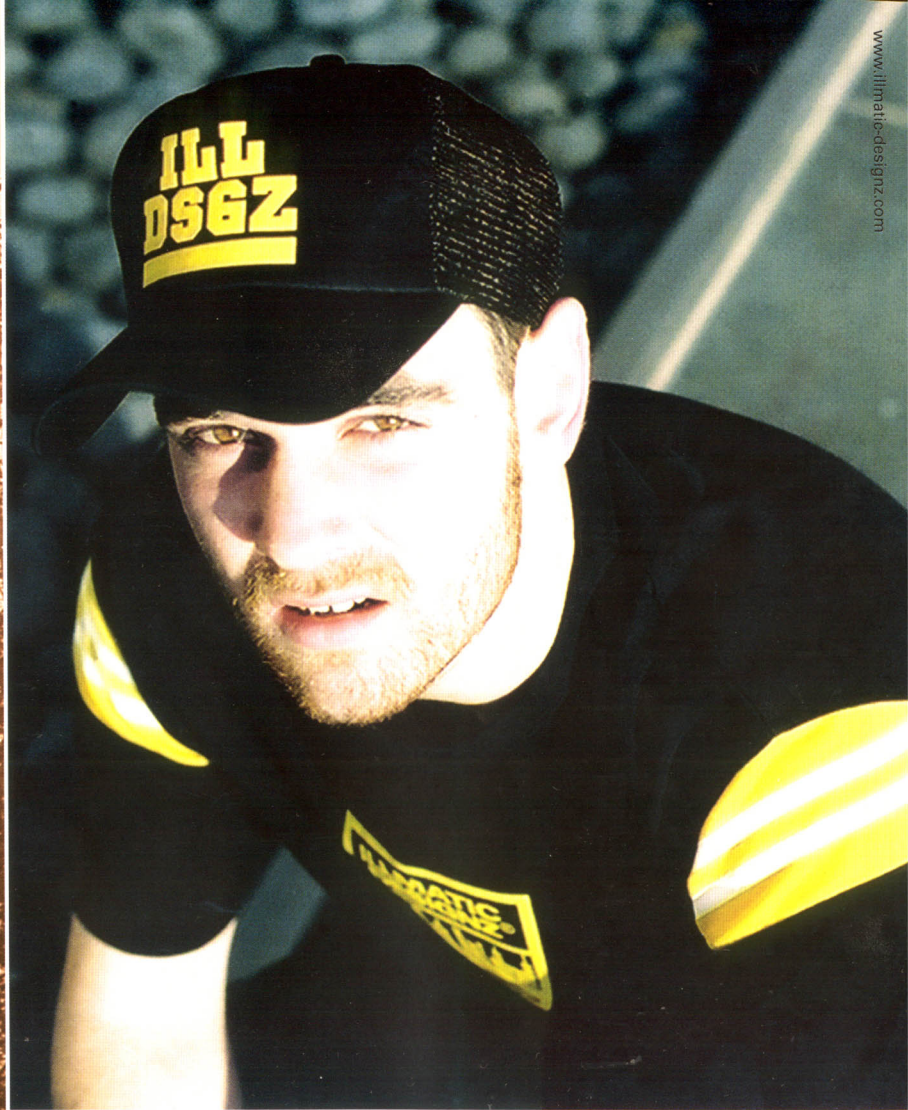
GRAFFITICALENDAR 2005



first row:
 mietz: stuttgart / miles. ender: belgium / pws: monaco / diver. miles: belgium
second row:
 mietz: stuttgart / cause. neo: hamburg
third row:
 zfoo: italy
fourth row:
 hipy: france / act: barcelona / ik:france / ak: frankfurt

CHROME ANGELS





www.illmatic-designz.com

Make yo
day an
iller one





switzerland. denmark. sweden. poland. hungary



EUROSTARZ





*only Molotow-Premium got the 4 times grounded pigments



perfect combination

MOLOTOW FARBFÄCHER

Echtfarbkarte in den original Molotow-Farben lackiert.
100%ige Abstimmung von über 200 Farben.

Enthält die komplette Molotow Reihe von Molotow-Premium™, Devil-Colors™, Chrom-Burner™, CoversAll™, XXL-Classic™, sowie die komplette Auflistung aller Sprühköpfe.
Erhältlich in jedem gutem Shop.



Molotow Technology
no dust™
anti drip™
all season™
covers all™

MOLOTOW
PREMIUM

www.molotow.com



100% WINTERPROOF
you can see, feel + smell it

MOLOTOW ORIGINAL QUALITY, WORLDWIDE LEADING SPRAYPAINT TECHNOLOGY!



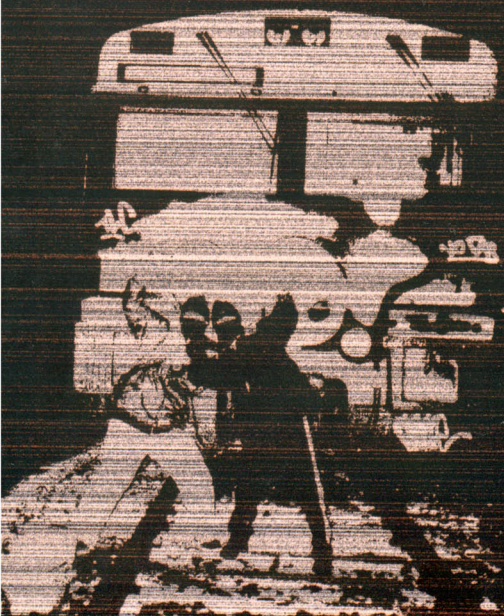
006 zinkgelb





EUROSTAR

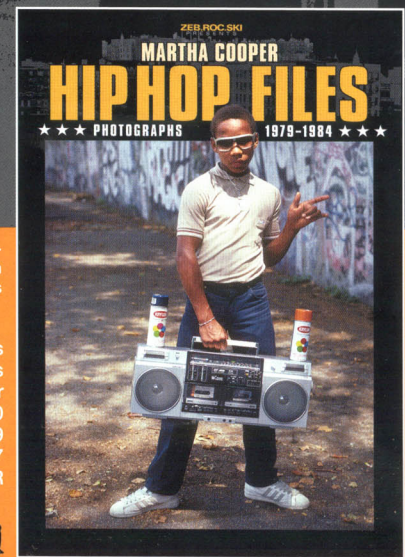
spain. portugal. france





THE HIP HOP FILES PROJECT IS SUPPORTED BY **carhartt.**

„This book is the most definitive schematic look into the origins of a global cultural voice.“ **LEE**



Hip Hop Files is a collection of some of the earliest images of Hip Hop culture as it emerged in the '80s on the streets of New York City. Includes interviews with more than 70 Hip Hop icons.

Facts: 240 pages
 Photos: 400 colour & 50 b/w photos
 Format: 235x305mm / Hardcover
 English Edition: ISBN: 3-937946-02-0
 German Edition: ISBN: 3-937946-03-9
 French Edition: ISBN: 3-937946-04-7
 Price: 39.99 EUR



www.HIPHOFILES.de



Available at www.MZEE.com, www.STYLEFILE.de, selected book stores, and in Carhartt Stores.





it's all italian power!



stylefile.party.posse @ splash!

send flixxx of YOUR actions!

impressum: issue 16.nutsfile
herausgeber: publikat KG
distributorin: joern@stylefile.de
layout.vol.1: krixl@stylefile.de
layout.vol.2: steffen@stylefile.de
layout.vol.3: freshseb@stylefile.de
special.support: zicki.gotcha.karo
translation: mikymeik
cover: post.ak47: frankfurt

stylefile
c/o publikat KG
erthalstrasse 11
D-63739 aschaffenburg
fon: +49(0)6021/90040-0
fax: +49(0)6021/90040-30
www.stylefile.de
eMail: flix@stylefile.de
wildwest germany

support:
speedy - hörnchen - sniperchris - knut - mario - dirty zottel - the.schmalkaldenz - helsch - fedor - hera - joel markus - der schönste aus frankfurt - timo - hpzler rene + katja - wowsen - shawshortcut - chris - ina francesco - fnaggi - manuel - björn - tasty.tapsen - die trashmarkler - gnbs - roberto - sane - hendrik - svenitich patrick - akim - rüdi - jürgen - pornoking.suke - stefan die schnute - aeric - wemi - andi - fabse - ariane

disclaimer:
stylefile versteht sich als ein magazin, welches die entwicklung in der writerszene dokumentiert. bei bildarstellungen geht es dem magazin ausschließlich um die künstlerischen aspekte. wir verweisen darauf, daß wir nicht dazu aufrufen, kriminellen handlungen nachzugehen. namentlich gekennzeichnete texte entsprechen nicht unbedingt der meinung der redaktion.

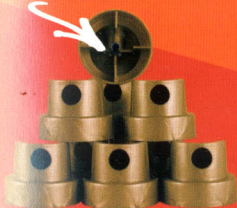
send flix till 15.01.2005 | the pink.file will be out in march.2005



THE MONTANA GOLD



maximum paint width
for fat 20cm line finish



THE REAL & ORIGINAL GOLDEN FATCAP
ONLY AVAILABLE @ MONTANA DISTRIBUTIONS

174 colors - ultra fat - ultra skinny- ultra dynamic

WWW.MONTANA-CANS.COM

Featuring: FAT JOE



complex magazine published by Mare Eckō
subscribe today at
www.complex.com

Shop [eckō unltd. at](http://eckōunltd.com)
eckō.com