

# Fotografie ist alles: Katja Stuke und Oliver Sieber

## Photography Is Everything: Katja Stuke and Oliver Sieber

Interview by Damian Zimmermann

*Katja Stuke und Oliver Sieber kennen sich seit ihrem Studium der Visuellen Kommunikation in Düsseldorf. Sie begannen vor sechzehn Jahren mit eigenen Veröffentlichungen – vom regelmäßigen Fanzine über Fotobücher und Poster bis zu Sammelboxen und einer Enzyklopädie in eigener Sache – und damit zu einer Zeit, als vom Fotobuchboom oder gar von Crowdfunding noch keine Rede war.*

*Es ist nicht ganz leicht, den Überblick zu bekommen: Hier macht ihr was gemeinsam, dort jeder für sich, hier kommt ein Magazin heraus, dort ein Buch, da eine Ausstellung, dort ein gesamtes Manifest. Das ist etwas verwirrend, und trotzdem scheint das alles doch zusammenzupassen.*

Katja: Wir denken oft selbst, das ist alles etwas durcheinander. Wir hatten ja keinen Masterplan. Aber im Rückblick scheint es doch so eine Art Struktur zu geben. Ideen entstehen halt aus Ideen. Und wenn wir ganz vorne anfangen wollen, dann ist es das Jahr 1999, als wir die ersten *Böhm*-Hefte gemacht haben.

*Damals hat von „Selfpublishing“ noch niemand gesprochen.*

Katja: Nein, aber es gab immer schon Fanzines und Künstlerbücher, wir haben das ja nicht erfunden. Nur dass man plötzlich selber in Farbe produzieren konnte, ohne auf Kopierer angewiesen zu sein. Auf einmal hatte man im Studio einen Computer, einen Scanner und einen Drucker stehen, und es gab beidseitig bedruckbares, gutes Inkjet-Papier.

*Das war der Beginn eures Magazinprojekts Frau Böhm, das es bis heute gibt. Was hat euch denn dazu getrieben?*

Katja: Wir haben beide schon immer Zeitschriften und Bücher geliebt und gekauft: *The Face*, *ID*, *Interview* oder *Du*. Man bekam Lust auf Fotos in Magazinen.

Oliver: Es gab immer Magazine, in denen Fotografie wichtig war. *Econy* zum Beispiel, was heute *Brand eins* ist, hatte eine neue und ganz eigene Bildsprache für Fotografie etabliert. Es war immer interessant zu sehen, was sich in Magazinen widerspiegelte und welche Einflüsse von ihnen ausgingen.

Katja: Wir hatten von Anfang an verschiedene Strategien. Wir haben geschaut, was passiert, wenn wir unsere Arbeiten, die eigentlich gar nichts miteinander zu tun haben, gegenüberstellen. Ein anderer wichtiger Punkt war, dass ein Foto, ob gedruckt oder an die Wand gehängt, ganz unterschiedlich wahrgenommen wird. Ich habe das nie als problematisch empfunden, eher als eine interessante Herausforderung. Du kannst mit einem Foto alles mögliche machen – es drucken, rahmen oder projizieren –, und es bleibt im Prinzip jedesmal das gleiche, nur unsere Wahrnehmung ändert sich.

*Katja Stuke and Oliver Sieber have known each other since they studied Visual Communication together in Dusseldorf. Sixteen years ago, they began producing their own publications – from a fanzine, photobooks and posters to collectors' boxes and their own encyclopedia – well before there was any talk about a photo-book boom, not to mention crowd funding.*

*It isn't very easy to make sense of it all: You work together, but also independent of one another; you publish a magazine, and also books; you make exhibitions and also drew up a manifesto. It's a bit confusing; yet it all seems to fit together somehow.*

Katja: It's often a bit confusing for us as well. We never had a master plan. But in retrospect, there does seem to be a kind of structure. Ideas develop out of other ideas. And if we want to start from the very beginning, then it was in 1999, when we published the first issue of *Böhm*.

*At the time, no one was talking about "self-publishing" yet.*

Katja: No, but there were always fanzines and artist books – it's not something we invented. But you could suddenly print your own things in color without having to rely on photocopiers. All of a sudden, your studio was equipped with a computer, a scanner and a printer and you could get good inkjet paper that was printable on both sides.

*This was the beginning of your magazine project Frau Böhm, which you still continue to publish. What motivated you to initiate this project?*

Katja: Both of us had always loved and purchased magazines and books: *The Face*, *ID*, *Interview* and *Du*. We got a kick out of looking at photos printed in magazines.

Oliver: There were always magazines, for which photography was particularly important. *Econy* for example, which is now called *Brand eins*, had developed a new and utterly unique pictorial language for photography. It was always interesting to see what was being reflected in magazines, and what impact these had.

Katja: From the very beginning, we had various strategies. We looked to see what happened when we juxtaposed our works, which actually have nothing to do with each other. Another important point is that a photo can be perceived in completely different ways, depending on whether it's printed in a magazine or hung on a wall. I never saw this as being problematic – more like an interesting challenge. You can do many different things with a photo – print it, frame it or project it – and, in principle, it remains the same; the only thing that changes is our perception.



Katja Stuke & Oliver Sieber. *You and Me – A Project Between Bosnia, Germany and the U.S.* Commissioned by the Museum of Contemporary Photography, Chicago and Goethe Institut, Chicago, 2014–2015



Top: Oliver Sieber. From *Imaginary Club*, published by BöhmKobayashi & Gwin Zegal, 2013  
 Middle: Juxtapositions from *Nothing to my Name*, Caso Gallery, Osaka, Japan, 2014  
 Bottom: Katja Stuke. From *Nationalfeiertag*, published by BöhmKobayashi & Fw:B00KS, 2015  
 Boehmkobayashi.de, Antifoto.de, Katjastuke.de, Oliversieber.de

*Wie wichtig ist Werbung für eure Arbeit?*

Katja: Ich habe drei Jahre bei Michael Schirner gearbeitet, der ja in den 1980ern als der „Werbepapst“ galt. Er hatte immer gute Leute um sich, auch viele Künstler, und er hat sich immer für mehr interessiert als nur Werbung.

Oliver: Diese Agenturen damals waren extreme Konzept-Agenturen, die immer auch mit Künstlern zu tun hatten. Kunst und angewandte Kommunikation lagen ziemlich dicht beieinander. Alle waren gespannt auf die neuen Großflächenplakate, diese 18/1-Megaposter, die haben viele Leute interessiert und inspiriert.

*Wie ging es dann weiter?*

Katja: Wir hatten eine Zeitlang einen Internet-Ausstellungsraum, in dem wir andere interessante Künstler gezeigt haben.

Oliver: Heutzutage schwirrt so viel im Netz bei Vimeo oder Issuu herum – du kannst alles durchblättern und angucken. Stephen Gill musste uns noch seine Ausgabe eines Buches von Bertien van Manen leihen, das wir abfotografierten – die Besucher konnten es dann an einem virtuellen Tisch durchblättern.

*Olivers Buch Character Thieves ist 2006 erschienen und lief quasi über Crowdfunding, wie man das heute nennt.*

Oliver: Ich hatte zwei C-Prints inklusive Buch für 120 Euro angeboten, und wir haben Flyer drucken lassen, auf denen die Leute ankreuzen konnten, welches Motiv sie haben wollten. Das ging relativ flott. Die Käufer wurden außerdem im Buch genannt.

*So kam es dann auch zu Böhm/Kobayashi, dem Folgeprojekt von Frau Böhm?*

Katja: Die Überlegung dahinter war: Wir hatten Leute, die unsere Hefte kauften. Wir hatten Erfahrung. Wir konnten layouts und drucken. Also haben wir gesagt: Lass uns nicht nur die Hefte machen, sondern auch Bücher. Daraus ist *Böhm/Kobayashi* entstanden. *Character Thieves* war dann das erste, bei dem *Böhm/Kobayashi* als so eine Art Verlag auftauchte in Kooperation mit Schaden.com.

*Wie war eure Motivation zu Antifoto?*

Katja: Wir wurden hier in Düsseldorf vom städtischen Kunstraum eingeladen, eine Ausstellung zu kuratieren. Da haben wir uns die Frage gestellt, was uns in dieser Stadt eigentlich an Fotografie fehlt. Damals nahmen wir an einigen Kunstbuchmessen teil, und es machte Spaß, Leute zu treffen, die wie wir mehr von der Fotografie erwarteten als die ewig gleichen Düsseldorfer Tafelbilder. In der ersten Ausstellung haben wir Leute wie Beni Bischof, Aleksandra Domanovic, Jason Lazarus, Jeffrey Ladd und Joachim Schmid gezeigt. Wir haben zusätzlich ein Magazin gemacht, Interviews mit den Künstlern geführt und aufzuzeigen versucht, worum es uns bei *Antifoto* geht. Und natürlich war das, was wir da gemacht haben, nicht „Anti-Foto“ im wörtlichen Sinne. Vielleicht muss man den Sachen, die man liebt, auch manchmal „in den Arsch treten“, um klarzumachen, dass man das jetzt mal weiter-

*How important is advertising for your work?*

Katja: I worked for three years for Michael Schirner, who was considered the “advertising pope” in the 1980s. He was always surrounded by good people, including a lot of artists; and he was always interested in much more than only advertising.

Oliver: At the time, agencies like this were extremely conceptual and always worked together with artists. Art and applied communication were very closely related. Everyone was excited about the new large-scale posters: the 18/1 mega-posters, which fascinated and inspired many people.

*What happened next?*

Katja: For a while, we had an Internet exhibition space, where we presented the works of other interesting artists.

Oliver: Today, there’s so much going on in the Internet, at Vimeo or Issuu, for example – you can leaf through and see everything. Stephen Gill had to lend us his copy of a book by Bertien van Manen, which we then reproduced so that visitors could leaf through it on a virtual table.

*Oliver’s book Character Thieves was published in 2006 and financed through a kind of crowd funding, as it’s called today.*

Oliver: I offered the book, accompanied by two C-prints, for 120 euro; and we printed flyers, on which you could mark which motif you wanted. It worked out really well. And the buyers were also mentioned by name in the book.

*And this led to Böhm/Kobayashi, the follow-up project to Frau Böhm?*

Katja: The idea behind this was that we had people, who were buying our magazine. We had experience. We did the layout and printing ourselves. So we finally said to ourselves: Let’s not just make the magazine, but also books. The result was *Böhm/Kobayashi*. And *Character Thieves* was the first time that *Böhm/Kobayashi* appeared as a kind of publisher, in cooperation with Schaden.com.

*What was the motivation behind Antifoto?*

Katja: Here in Düsseldorf, we were invited by the municipal art space to curate an exhibition. We asked ourselves the question, what we felt was missing in the city in terms of photography. At the time, we had participated in a few artist book fairs and we enjoyed meeting people who, like us, expected more from photography than the same old typical Düsseldorf tableaux. In the first exhibition, we presented works by Beni Bischof, Aleksandra Domanovic, Jason Lazarus, Jeffrey Ladd and Joachim Schmid. We also published a magazine, conducted interviews with the artists and tried to demonstrate what *Antifoto* was all about. And, of course, all of this was not actually “anti-photo” in the literal sense. Maybe sometimes you just have to give those things you love the most a “kick in the ass” in order to make it clear that it has to be taken one step further. We then drew up the *Antifoto* manifesto and wrote to people who we thought might have something interesting to say about this topic.

denken will. Dann haben wir das *Antifoto*-Manifest verfasst und Leute angeschrieben, von denen wir annahmen, dass sie zu dem Thema etwas Interessantes zu sagen haben würden.

*Dieses Manifest war nicht nur ein sehr starkes Statement, es sah auch noch unheimlich gut aus.*

Katja: Schließlich haben wir ja auch Typografie studiert und hatten schon immer eine Leidenschaft für russische Plakatkunst. Interessant war der Hinweis von jemandem aus New York, der bemerkte, dass unser Manifest im Gegensatz zu anderen Manifesten, die einem sagen, was man genau zu tun habe, das Thema ganz weit öffnet: Fotografie ist eben nicht nur Bernd und Hilla Becher oder Peter Lindbergh, sondern alles. Ich will mir auch mal gute Modefotos angucken dürfen oder gute Reportagefotografie. Das irritiert manche Leute. Ich finde etwa auch Instagram nicht per se sonderlich geil, aber wenn ich mich mit der Fotografie ernsthaft auseinandersetzen will, muss ich das nun mal zur Kenntnis nehmen, denn wir leben in einer Welt voller Fotografie.

*Von eurem neuesten gemeinsamen Buch You and Me gibt es nur zehn Exemplare, und die sind längst ausverkauft.*

Oliver: Bei *You and Me* handelt es sich um ein umfangreicheres Projekt, bei dem das Buch erst einmal nur ein Element war. Mir ist es wichtig, dass Künstlerbücher in öffentlich zugänglichen Bibliotheken vorhanden sind. Ich wünschte mir, dass es in jeder Stadt einen Ort gibt, wo man sich diese Bücher ansehen kann. Man muss dann keine hohen Auflagen mehr produzieren, sondern kommuniziert nur noch die Orte, wo sie zu finden sind. Ich fände es toll, wenn ich mich auf ein paar wenige Exemplare beschränken könnte, und trotzdem hätten die Leute, die sich dafür interessieren, Zugang zu ihnen.

Katja: Oliver verklärt das manchmal ein bisschen. Wenn man überlegt, dass es zwischen Tokio und L.A. vielleicht 300 interessante Orte gibt, muss man ja trotzdem eine Auflage von 300 produzieren.

*Außerdem würde man auch das demokratische Medium Fotobuch künstlich verknappen.*

Oliver: Es geht mir nicht um künstliche Verknappung, sondern es geht darum, ein bestimmtes Projekt überhaupt realisieren zu können. Erst dann kommt die Frage nach der Auflage. Auch beim *Imaginary Club* hatte ich erst eine kleine Auflage von zehn Exemplaren produziert. Und ich frage mich manchmal, ob die größere Auflage, die wir anschließend hergestellt haben, nicht längst im Ramsch wäre, wenn es nicht diesen Preis gegeben hätte. Auf der Unseen Amsterdam standen wir noch rum und haben die Bücher für 68 Euro angeboten, da hat nicht ein einziger ein Buch gekauft.

*Und auf der Paris Photo zwei Monate später hast du dann den Preis „Photobook of the Year“ gewonnen . . .*

Oliver: Ja, der Preis war kaum bekanntgegeben, da kriegten wir die ersten 40 Bestellungen rein. Es war das erste Mal, dass wir gemerkt haben, dass man mit einem Buch sogar mal Geld verdienen kann.

*This manifesto was not only a very strong statement, it also looked fantastic.*

Katja: Well, we did in fact study typography, and we had always been passionate about Russian poster art. There was an interesting tip from someone in New York, who pointed out that our manifesto – unlike others, which tell people exactly what they should do – presented the topic in the broadest possible terms: Photography is not just Bernd and Hilla Becher or Peter Lindbergh, but rather everything. I want to be allowed to look at good fashion photography or good photo reportage. This confuses some people. I don't think of Instagram per se as being something especially cool, but if I intend to take a serious look at photography, then I need to take this into consideration as well, since we live in a world which is full of photography.

*There are only ten copies of your most recent book together, You and Me, and these have been sold out for quite some time already.*

Oliver: *You and Me* is a more comprehensive project, within which the book is merely one element. For me, it's important that artist books are available in publically accessible libraries. It was my dream that there would be one place in each city, where you could see such books. You wouldn't have to make a large number of copies anymore, but rather merely communicate where they could be found. It would be great if I could limit the edition to only a small number of copies, and those who were interested in the book would still have access to it.

Katja: Oliver confuses this a bit sometimes. When you consider that between Tokyo and L.A. there are perhaps 300 interesting venues, you'd still have to publish an edition of 300 copies.

*And you would also artificially restrict the otherwise democratic medium of the photobook.*

Oliver: I'm not interested in any kind of artificial limitations, but rather in being able to realize a particular project. The question of the edition size is secondary. With *Imaginary Club*, I also first produced a small edition of only ten copies. And sometimes I ask myself, if the larger edition, which we published later, wouldn't have been sold off at a loss a long time ago if it hadn't been given that award. At the Unseen Amsterdam, we stood around and tried to sell the book for 68 euro – and ended up not selling a single copy.

And two months later, at the Paris Photo, it then won the award of "Photobook of the Year" . . .

Oliver: Yeah, and immediately after the award was announced, the first 40 orders were already pouring in. This was the first time that we realized that, now and then, you could even earn money with a book.

Damian Zimmermann is a journalist, blogger and photographer in Cologne.

## The Ultimate Best Photobook List 2014

Noch nie wurden mehr Fotobücher produziert als heute, und nie gab es mehr „Best of“-Listen, um uns den Weg durch den Dschungel zu weisen. Doch wenn es, frei nach Nietzsche, vielerlei Wahrheiten gibt, dann gibt es keine Wahrheit: Welches Fotobuch zu den Besten zählt, ist keine Frage der Wahrheit, sondern der Statistik.

Das hat auch der in Kalifornien lebende Fotograf Quang-Tuan Luong erkannt und seit 2012 eine jährliche Meta-Liste erstellt, in der er die Mehrfachnennungen aller bekannten Listen erfasst und in eine Rangordnung bringt. Ihr zugrunde liegt ein umfassendes Verzeichnis von „Best of“-Listen, das unter [photolia.tumblr.com](http://photolia.tumblr.com) zu finden ist.

Luongs Meta-Liste für das Jahr 2014 basiert auf insgesamt 113 Einzellisten, auf denen nicht weniger als 530 Titel versammelt sind. Bücher, für die wenigstens zweimal votiert wurde, schafften es auf seine Meta-Liste, das sind 40 oder 7,5 Prozent der insgesamt erwähnten Titel. Wir stellen die fünfzehn Top-Titel, auf die wenigstens sieben Stimmen entfielen, mit bibliografischen Angaben sowie Preis- und Ranking-Daten vor, wie sie zum Stichtag 30. Mai 2015 auf der Amazon-Seite zu finden waren. Die komplette Liste von Quang-Tuan Luong kann auf seiner Seite [terrageria.com/blog](http://terrageria.com/blog) eingesehen werden.

Never before have so many photobooks been produced as today, and never before were there so many best-of lists aimed at helping us find our way through the jungle. Yet, to paraphrase Nietzsche, if there are many truths, then there is no truth: which photobook is counted among the best is not a matter of truth, but rather of statistics.

The California-based photographer Quang-Tuan Luong also recognized this and, in 2012, began compiling a meta-list of the books named in all available lists and ranking these accordingly. For this, he uses a comprehensive register of "best-of" lists accessible at [photolia-tumblr-com](http://photolia-tumblr-com).

Luong's meta-list for 2014 is based on a total of 113 lists naming no less than 530 titles. Books voted for at least twice qualify for his meta-list, that is, 40 or 7.5 percent of all the titles mentioned. Here, we present the fifteen top titles, which received at least seven votes, along with bibliographical, price and ranking data as found on the Amazon site on the cut-off date of May 30, 2015. Quang-Tuan Luong's complete list can be viewed on his site [terrageria.com/blog](http://terrageria.com/blog).

Peter van Agtmael: *Disco Night* Sept. 11. New York: Red Hook Editions, 2014. 276 pp. Paperback. ISBN 978-0-98-419542-8. Amazon price US\$ 59.00, new from US\$ 59.00, used from US\$ 220.21, collectible from US\$ 175.00. Amazon Best Sellers Rank: #829,703. 22 votes



Laia Abril: *The Epilogue*. Stockport: Dewi Lewis, 2014. 172 pp. Hardcover. ISBN 978-1907893544. Amazon price US\$ 38.49, new from US\$ 36.65, used from US\$ 36.80, collectible from US\$ 100.00. Amazon Best Sellers Rank: #507,499. 21 votes



Nicolò Degiorgis: *Hidden Islam*. Bolzano: Rorhof, 2014. 90 pp., 45 gatefolds. Hardcover. ISBN 978-8-89-098170-8. Amazon price US\$ 45.00, new from US\$ 45.00, used from US\$ 106.86. Amazon Best Sellers Rank: #427,793. 20 votes