

*Reclaim
the Streets*

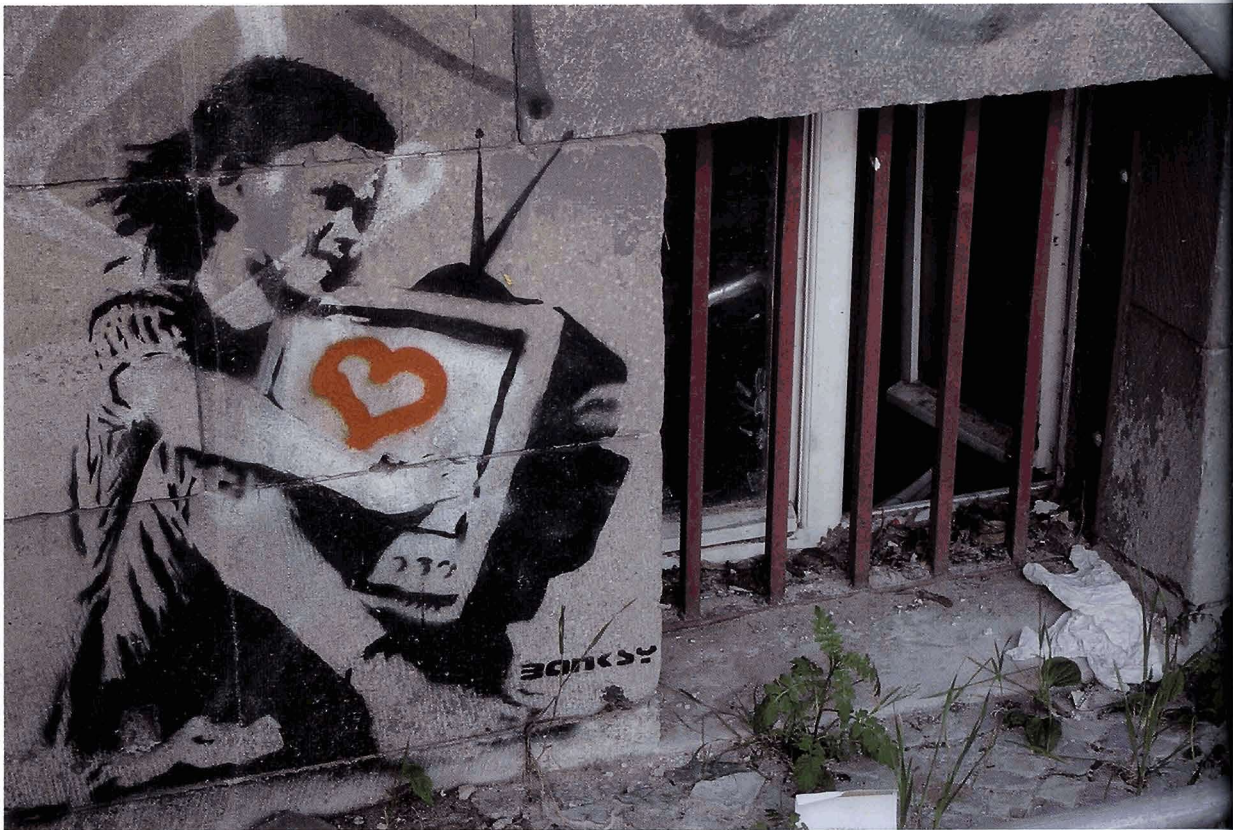


Text: Simone Schmidt

Eine Brücke der Kunst zwischen Privatem und Öffentlichem Raum.

Überall im Berliner Stadtbild sind aufgeklebte Figuren und unendlich geklebte Stickervariationen, Köpfe, Geister, Fakes von Überwachungskameras, veränderte Straßenschilder, verrückte Plakate und Schnittfiguren zu sehen. Ist das eine neue Kunstform im öffentlichen Raum? Die Aktivisten sehen Berlin als eine Freiluftgalerie. Sie wollen den urbanen Raum zurückerobern und mit eigenen Ideen besetzen.

Graffiti bezeichnet ursprünglich einen an eine Wand geschriebenen Text. In Pompeji wurde grundsätzlich jede Wand mit öffentlichen und privaten Ankündigungen beschriftet: Heute beschreibt man damit neben den so genannten Tags (mit Sprühdose oder Filzstift angebrachter Namenszug) und Pieces (gesprühtes Bild im Graffiti-Stil) auch die Schablonengraffiti und politische Graffiti und ist ein Teil der Straßenkunst (Streetart). Unter Streetart versteht man eine für jeden zugängliche Kunst im öffentlichen Raum. Dazu zählen Graffiti in den verschiedenen Formen genauso wie geklebte Sticker, veränderte Wahl- und Werbeplakaten und deren Botschaften, oder sogar Installationen und Umbauten des öffentlichen Raums. Streetart ist eine Form, die städtische Zeichenwelt mitzugestalten. Neben der überwältigenden Fülle an Informationen und Eindrücken, der heutigen Massenkommunikationsmittel kommen hier andere Ausdrucksformen zur Geltung. Die Aktivisten wehren sich mit lauten, reißerisch, kitschigen und bizarren Bildern und kombinieren eine Vielzahl moderner Kunststile. Ihre ästhetischen Quellen liegen bei Comic, Cartoon, Werbung, Fantasy, Science Fiction, Kalligraphie und der psychedelischen Kunst. Unter den Künstlern gibt es den Ausdruck „Reclaim the Streets“ (engl.: die Straße zurückerobern), meist in Bezug auf die flächendeckende Werbung in den Städten, die einem rein kommerziellen Zweck dienen. Straßenkünstler werben für sich selbst, für ein Individu-



um, nicht für ein Produkt. Es geht um einen Gestaltungsanspruch. Überall ist man der industriellen Werbung ausgesetzt. Den Akteuren geht es darum, ihre Umgebung zu gestalten und „hier wohne ich, das ist mein Bezirk“ zu symbolisieren.

FAKI 183 und JULIO 204 waren in New York die ersten, die durch den unermüdlichen Eifer, den sie beim Markieren öffentlichen Territoriums an den Tag legten, stadtbekannt wurden. Mit Filzstiften schrieben sie ihre Spitznamen an Hauseingänge, Wände, U-Bahnzüge und Lieferwagen. Den Akteuren geht es um „Existenzbehauptung“. Zum einen dokumentiert der Urheber, dass es ihn gibt. Zum anderen stellt er eine „Behauptung“ auf und nimmt eine eigene Position gegenüber der Außenwelt ein. Graffiti hat immer bestanden und dabei unterschiedlichen Zielen gedient. Neben der Existenzbehauptung hat Streetart auch eine deutlich gesellschaftsbezogene Aussage, bei der weltanschauliche und politische Botschaften im Vordergrund stehen. Streetart kann als politisches Thermometer oder Seismograph angesehen werden.

Vor kurzem berichtete die New York Times über ein Plakat, das in der New Yorker U-Bahn auftauchte. Das Plakat ist ein modifiziertes iPod Werbeplakat und thematisiert die Folter in den irakischen Gefängnissen. Imitierende oder ironisierende Plakate, Bilder oder Botschaften sind häufig zu finden. Nicht desto trotz wird dieser Stil oft von der Werbebranche eingesetzt, um Jugendliche anzusprechen – legal, und von Erwachsenen. Gerade die offizielle Werbung steht in engem Austausch und gegenseitiger Beeinflussung mit dem ästhetischen Geschmack der Jugendlichen und bezieht sie gerne und oft in die Gestaltung mit ein. Nicht nur der bunte „style“ und die „characters“ des „american graffiti“ werden dabei imitiert, sondern überhaupt oft das Motiv des „An-die-Wand-Schreibens“. Ein konkretes Beispiel aus dem Jahre 1995 ist ein Plakat mit der Imitation eines Baumgraffitos, mit dem der offizielle Verkaufsstermin für Windows 95, dem damals neuen Betriebssystem, bekannt gegeben wurde. Streetart und Graffiti-Design löst sich immer weiter aus dem subkulturellen Milieu und verwandelt sich zu einem mit Mode, Musik und Design verbundenen Zauberwort der Kulturindustrie. Aufgenommen von der Medienbranche, bestimmt es längst das moderne Zeitschriften-Layout. Supermarktketten, Boutiquen und Clubs in Berlin gestalten ihre Außenfassade mit Aerosol (Graffiti-Kunst).

Als einer der ersten modernen Künstler setzte sich Brassai auf einer ästhetisch dokumentarischen Ebene systematisch mit dem Phänomen auseinander. Seine Fotos faszinierten und beeinflussten viele Maler und Zeichner, nicht zuletzt Picasso. Brassais Schwarz-Weiß-Fotos zeigen meist auf Mauern oder in Bäume geritzte einfache Zeichnungen anonymer Passanten. Graffiti bildet neben außereuropäischer Stammeskunst, Kunst von Kindern oder populären Bilderwelten jeglicher Art, eine der vielen Inspirationsquellen für die Moderne.







In der Hip-Hop-Kultur bildet Graffiti eines der vier wesentlichen Elemente. Nur wenige konnten sich jedoch als professionelle Künstler und Writer durchsetzen, wie z. B. der New Yorker Keith Haring und J.-M. Basquiat, der mit Andy Warhol befreundet war. In einem Interview von 1990 sagte Haring: „Die Art und Weise, wie die Hip-Hop-Kultur konsumiert und ausgebeutet wurde, öffnet einem wirklich die Augen für die eigentlichen Werte dieser Macher im Kunstbetrieb. (...) Die einzigen Künstler, die überlebt haben, waren die, die nicht wirklich Teil der Bewegung waren. Leute wie ich, Jean-Michel Basquiat, die immer nur an der Peripherie der Bewegung waren.“ Keith Haring zeichnete mit Kreide in der U-Bahn New Yorks, an der Berliner Mauer mit breitem Pinsel, auf dem Trottoir in Tokio wiederum mit weißer Kreide. Mit dem Namen „Shadowman“ ist der Streetartist Richard Hambleton bekannt geworden. Er hat sich mit verschiedenen Ausdrucksformen des Streetart auseinandergesetzt. 1975 hat er mit wilden Plakatierungen gefälschter FBI-Steckbriefe mit den Portraits völlig harmloser Mitmenschen auf sich aufmerksam gemacht. 1976 – 1978 fingierte er 700 Tatorte mit Blutflecken und Umrisslinien imaginärer Leichen (Titel „Image mass murder“). 1981 charakterisierte er schwarze Männer, den „Shadowman“ (Titel „Night life“). Mitte der 80iger trieb er auch in Berlin sein Unwesen und hinterließ auch auf der Berliner Mauer seine Kunst. Prominente Vertreterinnen der „Jetztzeit“ sind Blek le Rat und Swoon, eine New Yorker Papierschnittkünstlerin, die in den letzten Jahren auch in Berlin in Erscheinung trat.