



## Schablonengraffitis im Stadtgebiet. Eine empirische Untersuchung der Inhalte und Verteilung

AXEL PHILIPPS

UNTER MITARBEIT VON JENS BUSSE, ANNETT FRITZSCHE, ANDREAS HÖFELMAYR, HOLGER MÖBES, RALPH RICHTER UND HAGEN SCHÖLZEL

Obwohl Schablonengraffitis weltweit verbreitet sind, nehmen sie eher eine untergeordnete Rolle in der öffentlichen Diskussion ein. Entweder werden sie mit Graffitis gleichgesetzt oder nur innerhalb der Street Art Community wahrgenommen. Zugleich umgeben sie uns und sind aus keinem Stadtbild wegzudenken.

Betrachtet man die Schablonenmotive im eigenen Umfeld etwas genauer, wird einem schnell die Vielfalt an Themen und Gestaltungsmitteln bewusst. Da gibt es die politischen Symbole neben filigranen Szenarien oder reinen Textbotschaften. Ein weiterer Blick in die Geschichte der Schablonengraffitis zeigt, dass diese Reproduktionstechnik sehr alt ist und es pragmatische, ästhetische oder politische Beweggründe gibt, sich mit einer Schablone und Farbe auf die Straße zu begeben.

In Büchern und im Internet sind vor allem Bildergalerien von Schablonengraffitis versammelt, mal nach Street Art KünstlerInnen geordnet, mal nach Kategorien wie Gesichter, Figuren, Politik, Krieg, Tiere etc. Insbesondere die letzteren Beispiele orientieren sich dabei an einer formal-gestalterischen Gliederung. Allen Beiträgen ist aber gemeinsam, dass sie zumeist persönliche Sammlungen sind und sich nicht systematisch einem bestimmten Themenfeld oder dem Vorkommen von Schablonengraffitis in einem bestimmten Gebiet widmen. Was kann man daher über diese Graffitis erfahren, wenn man systematisch ein abgestecktes Stadtgebiet untersucht? Welche Motive und Themen sind zu finden? Welche Besonderheiten lassen sich beobachten?

Diese Fragen gaben den Anlass, sich im Rahmen der Möglichkeiten des Vereins Leipziger Forschungsgruppe Soziales e. V. mit Schablonengraffitis bzw. Stencils (engl.) zu beschäftigen. Der vorliegende Bericht präsentiert die Ergebnisse der ersten Felderhebung und möchte dazu beitragen, weitere wissenschaftliche Auseinandersetzungen mit diesem Bereich urbaner Subkultur anzustoßen.

### Das Schablonengraffiti als eine Spielart der Graffitis

Wer Street Art und die damit verbundene Sprache nicht kennt, wird vielleicht trotzdem noch eine Vorstellung davon haben, was eine Kreidezeichnung oder ein Graffiti ist. Aber spätestens bei Begriffen wie *cut outs*, *Roll-ons* oder *Stencils* bedarf es weiterer Erläuterungen:

*Graffiti* – Das Wort bezeichnet etwas Geschriebenes oder Gezeichnetes auf einer Oberfläche. Im städtischen Umfeld umfasst es alles von einfachen Zeichen bis zu komplexen und farbigen Kompositionen. Entsprechend dieser Definition von Manco (2002: 9) schließt es alle Stile vom Pseudonym eines Graffitikünstlers bis zum politischen Graffiti und alle Methoden von der Spraydose, Pinsel, Aufkleber bis zur Schablone ein. Damit ist es zugleich ein Obergriff für die verschiedenen Ausformungen der Street Art.

*Kreidezeichnungen* – Dieses Material (Kalkstein) ist jedem vertraut. Die Ältesten in unserer Gesellschaft haben damit in ihrer Kindheit noch auf Schiefertafeln geschrieben und die Jüngeren kennen es als Straßenmalkreide in verschiedenen Farbtönen. Für die Street Art ist an der Kreidezeichnung charakteristisch, dass sie eine »lockere, unkonkrete Linie« hinterlässt. »Ihre Sprache ist dadurch

einfach, kindlich und unschuldig. Genau diese Konnotationen macht sie zu einem gesellschaftlich legitimierten Mittel für den Eingriff in den Stadtraum.« (Krause/Heinicke 2006<sup>1</sup>: 78)

*Cut-outs* – Diese Methode »umschnittener« oder »ausgeschnittener Plakate« versteht sich als Kontrapunkt zu den rechteckigen Formaten der Werbung. Die Verwendung dieser Technik hat aber nicht nur zum Ziel, sich von der Werbung abzugrenzen, sondern sie soll zugleich Sehgewohnheiten herausfordern, da Cut-outs sich in den Hintergrund einpassen und damit kleine, eigene Welten schaffen.

*Päckchen-Aufkleber* – Deren Einführung durch den Postdienst bot den Street Art KünstlerInnen eine praktikable Stickervariante. Zweckentfremdet sind sie aufgrund ihrer Klebkraft und Größe innerhalb dieser Gruppe besonders beliebt. Es lässt sich individuell gestalten und schnell in Umlauf bringen. »Zu den beliebtesten Stellen zählen Regenfallrohre, Schaltkästen, Laternenpfähle, Ampeln, Schaufensterscheiben, Automaten, Marmorwände, Briefkästen, Bau-Türen und Schilder.« (Krause/Heinicke 2006: 77)

*Roll-ons* – Im Unterschied zu den anderen ermöglicht diese Technik äußerst haltbare und großflächige Motive. Zur Anwendung kommen dabei Farbenrollen, Teleskopstangen und Fassadenfarben, um riesige Schriftzeichen zu rollen. Diese Zeichen können teilweise ganze Häuser und Dächer ausfüllen. In Anspielung auf die Logos der Weltmarken prangen dann »die großformatige[n] Namen der Künstler und Crews so über der Stadt.« (Krause/Heinicke 2006: 81) Über die Ästhetik gerollter Bilder heißt es: »besticht vor allem durch eine klare Balkenstärke bei Buchstaben und durch laufende Nasen, die durch die flüssige Farbe entstehen.« (ebd.)

*Schablonengraffiti/Stencil* (engl.)/*Pochoir* (franz.) – Da diese Praxis der Street Art den zentralen Gegenstand der Untersuchung bildet, folgt auf den nächsten Seiten eine ausführliche Darstellung und Besprechung. Es werden einige Aspekte (wie historische Ausformungen, Motive, Techniken etc.) angesprochen, um die Fragestellung zu unterfüttern.

Diese Variante der Street Art geht auf eine alte und oft verwendete Reproduktionstechnik zurück. Sie

gilt als eine der frühesten Kunsttechniken, da die ersten Menschen Schablonen bereits vor 22.000 Jahren bei Höhlenzeichnungen verwendeten. Beispielsweise verteilte man Farbe um eine Hand und erzeugt so ein Negativabbild von ihr (vgl. Manco 2002). Ab dem 18. Jahrhundert werden Stencils als Dekoration auf Innenwänden und Tapeten erwähnt (vgl. Schinto 2004, Zlendich 1991), wobei auch heute noch mittels dieser Technik Zeichen oder Buchstaben auf Gebrauchswaren wie Kisten, Säcke oder ähnlichem angebracht werden. Zudem kam es nachweislich im 2. Weltkrieg als politisches Propagandamittel der italienischen KommunistInnen und FaschistInnen oder als Protestmaterial seit den 1970er Jahren in verschiedenen Konfliktregionen wie dem Baskenland, Mexiko, Nicaragua, Nordirland oder Südafrika zum Einsatz (vgl. Manco 2002: 60). Auch während des ökonomischen Zusammenbruchs und die sich anschließenden Unruhen in Argentinien im Jahr 2001 traten gehäuft politisch motivierte Schablonenmotive auf (vgl. MacPhee 2004: 75). Dabei ist diese Reproduktionstechnik auch heute nicht nur unter linken AktivistInnen verbreitet. In jüngster Zeit konnte man ebenso Konterfeis von Adolf Hitler und Rudolf Heß in Sangerhausen und Eisleben an öffentlichen Einrichtungen finden. Zur Herstellung der Bilder wurden laut Polizei Schablonen und schwarze Farbe verwendet, also das Handwerkszeug zur Erstellung von Schablonengraffiti (Leipziger Volkszeitung vom 26. April 2006: 4). Ansonsten verweist Manco (2002) auf eine enge Verknüpfung von Stencils mit Rebellion und Punk. Beispielsweise nutzte die Punkbewegung in New York Schablonengraffiti, da es zum einen zu ihrer D.I.Y. (Do-It-Yourself) Philosophie passt und zum anderen dem utilitaristischen und militärischen Stil nahe kommt, dessen Symbolik für Autorität steht und die Punkbewegung zu unterwandern sucht. Allgemein schreibt Manco über politische Stencils: »Protest stencils tend to be rough and urgent, with typically bold red lettering and strong iconic imagery, such as the raised fist. The reductive iconography necessitated by the stencilling process means that artists generally try to get their message across with one simple image, its line and construction carefully considered.« (Manco 2002: 15)

Für die künstlerische Szene wird immer wieder auf den französischen Künstler BLEK LE RAT verwiesen, der in den achtziger Jahren mit Pochoirs Paris prägte (vgl. Krause/Heinicke 2006, Manco 2002, Meisenbacher 1988). Zu den heute bekanntesten Provokateuren und Stencil-KünstlerInnen zählt Banksy (Manco 2002: 76-79). Seine

1 Dort findet sich auch ein Glossar zur verwendeten Sprache unter Street Art KünstlerInnen (siehe auch <http://graffitieuropa.org/enzyklopaedie.htm>).

Werke sind insbesondere im Londoner Raum bekannt, obwohl er auch weltweit agiert.

Zur Herstellung von Schablonengraffiti werden Motive aus Papier, Pappkarton, Kunststoff oder dünnem Aluminium ausgeschnitten und vor Ort übermalt bzw. übersprüht. »Dies kann direkt auf der Wand oder auf einem Trägermaterial geschehen. Geeignet sind hier Aufkleber oder dünne Papiere, da sie eine längere Haltbarkeit an der Wand versprechen.« Im Text heißt es weiter: »Aber durch das direkte Sprühen auf eine Wand verschmilzt das Motiv mit seinem Untergrund und nimmt dadurch die vorhandene Oberflächenstruktur mehr an. Es fügt sich damit besser in die bestehende Umgebung ein, weil kein weiteres Material dazu kommt, außer der Farbe selbst.« (Krause/Heinicke 2006: 82) Generell scheint die Technik unter Street Art Akteuren sehr beliebt, was die Autoren Krause und Heinicke darauf zurückführen: »weil sie legitimer wirkt.« (ebd.) Kurz: Schablonengraffiti werden also mittels Schablonen und Farben (gerollt, gemalt, gesprayt) angefertigt. Gegenüber dem Druck oder Stempelverfahren kennzeichnet eine Schablone, dass alle Teile miteinander verbunden sind. Dies erzeugt eine typische Schrift oder Darstellungsweise. Ausnahmen gegenüber diesem Verständnis bilden Motive, die von AktivistInnen über negative anstatt positive Schablonen erzeugt wurden. Im Fall einer negativen Schablone wird die Farbe um die ausgeschnittene Fläche herum aufgetragen. Durch die Verwendung mehrerer Schablonen können auch Motive erzeugt werden, die freistehende Flächen aufweisen und/oder mehrfarbig sind.

Oft setzen die Akteure diese Reproduktionstechnik illegal ein, da ihnen die öffentliche Legitimität für ihr Handeln fehlt. »Kunst im öffentlichen Raum« ist in seiner legalen Form zumeist Auftragskunst. Der Stadtraum wird zur ästhetischen Problemzone erklärt und durch »Kunstobjekte« oder im Gewand der Kunst-am-Bau-Projekte verziert. Aus Sicht der Stadtverwaltungen und Auftraggeber von »Kunst im öffentlichen Raum« sind indessen alle Formen ungefragter und ungeplanter Erscheinungen von Street Art unerwünscht und werden strafrechtlich und mittels Säuberungsaktionen verfolgt. Illegale Street Art kann sich also nur jenseits offizieller Kunst bewegen, was zugleich die Chance in sich birgt, als Kunst Ver-

drängtes und Neues in der Nische zu reproduzieren oder zu entwickeln.

Unter den Techniken sticht insbesondere das Schablonengraffiti heraus, da es im Gegensatz zu den anderen Verfahren der Street Art teilweise den rein ästhetischen Anspruch überwindet und ebenso zu klaren Botschaften übergeht. Diese Überschreitung macht die Reproduktionstechnik zu einem Mittel, das sich nicht der gängigen Plakate und Werbeflächen bedient, sondern die Stadtoberfläche an sich wählt. Das illegale Stencil entzieht sich so zum einen der Kontrolle durch HausbesitzerInnen oder Ordnungskräften und zum anderen kann es politische (unterdrückte) Themen in Umlauf bringen. Sein Erscheinen ist also in der Lage, die Kontrollinstanzen herauszufordern und zu provozieren.

Schablonengraffiti sind dabei weniger ein Stil- und Agitationsmittel einer kleinen Gruppe bekannter Personen wie *Banksy*, *Bone* oder *Nano4814* (weitere Stencil-KünstlerInnen beispielsweise in Manco 2002 oder im Internet<sup>2</sup>), sondern lassen sich überall auf der Welt finden. Sie sind ein alltägliches Phänomen in jeder größeren Stadt. Sie sind Ausdruck künstlerischer Kreativität und Fertigkeit, die entweder rein künstlerischen Ansprüchen genügen, politisch aufklären oder einfach nur Informationen über eine Veranstaltung (Werbung) geben. So bietet MacPhee (2004) eine Unterteilung in vier Gruppen an, die aber nach seiner Aussage nicht in Reinform auftreten: »A sharp eye should be able to find these four main types: (1) utilitarian (industrial/decorative), (2) anonymous, often cryptic, message or image, (3) political, and (4) the traditional graffiti usage of ego markings.«<sup>3</sup> Zugleich beobachtet MacPhee, dass sich die Gestalt und der Inhalt der ansonsten zumeist offen-interpretierbaren Botschaften durch eine breitere Verwendung dieser Reproduktionstechnik unter traditionellen Graffitiakteuren verändert, da sie nur noch den Slogan oder Namen eines spezifischen Künstlers wiedergeben: »The face of stenciling has been changing, as now close to half the stencils seen the world over are some version of a graffiti ego marking.« (MacPhee 2004: 103)

2 Eine Auswahl: [www.stencilrevolution.com](http://www.stencilrevolution.com), [www.pochoirs.eu](http://www.pochoirs.eu) oder [www.reclaimyourcity.net](http://www.reclaimyourcity.net).

3 Eine andere Unterteilung nimmt Lodewick (2002a) vor. Er trennt zwischen bildlicher Darstellung und in Kombination mit Text, wobei er die Gruppen wiederum nach einfarbigen und mehrfarbigen Schablonengraffiti sortiert. Zudem unterscheidet er zwischen Text aus einem bzw. Text aus mehreren Wörtern. (Übersetzung von Hagen Schölzel)

Abgesehen von der bewussten Präsentation von Schablonengraffiti in öffentlichen Räumen, um von einem Publikum (oder GalleristInnen) wahrgenommen zu werden, dürften viele Stencils aufgrund ihrer zumeist geringen Größe in der farblichen Vielfalt von Graffiti, Plakaten und Werbeflächen untergehen. Damit haben Schablonengraffiti keinen großen öffentlichen Einfluss. Sie bleiben vielmehr Entdeckungen für wenige, wobei sie aber eben in solchen Momenten vielleicht ihre größte Wirkung entfalten. Schließlich wird das einzelne Individuum Teil einer subversiven Kommunikation, die auf Augenhöhe oder auf dem Fußweg, an der Laterne, am Trafohäuschen oder an der Hauswand stattfindet. Mit kleinen Botschaften und Symbolen hinterlassen Schablonenmotive Spuren in der Erinnerung an solche Begegnungen. Anschaulich zeigt dies das folgende Zitat:

»Irgendwann habe ich angefangen, Fotos von zusammengetretenen Fahrrädern zu sammeln. [...] Etwas zur selben Zeit begann ich, sporadische Ansammlungen von Schablonen-Graffiti, kopierten Grafiken und großen handgezeichneten Arbeiten auf Papier wahrzunehmen. Sie schienen über Nacht zu entstehen, Tag für Tag drangen mehr und mehr Bilder in das Unterbewusstsein der öffentlichen Stadtoberfläche ein, einzelne, merkwürdig schief versetzte Bilder, gerade so außerhalb der üblichen Marketingzone.« (BOXI, Berlin in: Krause/Heinicke 2006: 66)

Hinter dem Künstlernamen BOXI verbirgt sich ein Street Art Akteur, der in dieser Textstelle etwas Charakteristisches der Stencils beschreibt. Es fällt auf, dass seine Aufmerksamkeit für diese Form der Street Art mit einem anderen Ereignis zusammengeht. Während der Suche und dem Umschauen nach dem ansonsten Verborgenen und Unscheinbaren (hier sind es zusammengetretene Fahrräder) entdeckt er »etwas Zerbrechliches anstelle des kalten, trockenen Werbestils« (ebd. 66): Schablonengraffiti und kopierte oder handgezeichnete Arbeiten auf Papier. Sie müssen aufgespürt werden, da Street Art außerhalb der »Marketingzone« zu finden ist und sich im Schutz der Dunkelheit verbreitet. Ein ungeübter, von der Routine der Wegstrecke ermüdeten Blick wird diese kleinen Veränderungen an der Stadtoberfläche kaum wahrnehmen und wenn doch, dann bleibt es im

Bewusstsein hängen. Welche moralische Haltung dann der Street Art gegenüber eingenommen wird (Schmutz oder Schmuck), soll hier jedoch nicht weiter betrachtet werden.

Zu den Einflüssen auf das Publikum zählt letztlich nicht nur die Bewusstwerdung für diese subversive Kunstform, sondern Schablonengraffiti verkörpern anschaulich einen alternativen Austausch von Nachrichten und Visionen jenseits plakativer Großbotschaften via Fernsehen, Tageszeitungen oder Werbetafeln. Sie bilden eine Nische für politische Agitationen, die fern der öffentlichen und groß angelegten Propagandaaktionen stattfinden (vgl. MacPhee 2004, Manco 2002). Stencils bewahren dabei zum einen längst vergessen geglaubte Utopien und Visionen und zum anderen geben sie neuen, noch kaum ausgesprochenen Ideen Raum.

Zum Auftreten von Schablonengraffiti und anderen Street Art Formen in der Öffentlichkeit gilt, dass sie ungefragt und ohne Anspruch auf Dauer erscheinen. Krause und Heinicke schreiben beispielsweise zur Street Art:

»Die Bilder, die dabei entstehen, sind Bilder für den Augenblick. Das heißt, ihre Haltbarkeit ist nur von kurzer Dauer. Sie werden niemals die Lebensdauer eines Gemäldes erreichen, geschweige denn sie überschreiten, weil sie den Gesetzen der Straße unterliegen. Schon morgen können sie abgerissen, überklebt oder verändert worden sein. Sie sind abhängig von der Witterung und Einflüssen, die der freiliegende Stadtraum mit sich bringt.« (Krause/Heinicke 2006: 60)

Auch die Stencil-AktivistInnen mieten oder kaufen keine Flächen. Sie nehmen sich den Raum. Ihre Werke treten plötzlich (über Nacht) auf und bleiben so lange, wie keine andere Kommunikationsform (Plakate, Poster), ein Graffiti oder eine Reinigungsaktion sie verdrängen. Beispielsweise werden die meisten Graffiti in Chicago (USA) innerhalb von 24 bis 48 Stunden von offizieller Seite entfernt (vgl. MacPhee 2004: 27). Ein Schablonengraffiti ist also von den Umständen und Bedingungen seiner öffentlichen Erscheinung abhängig. Sie können nicht auf ihren Ort der Präsentation beharren, da sie keine Legitimation durch die dominanten Gruppen (Ordnungsamt, HauseigentümerInnen, Mehrheit der Bevölkerung etc.) besitzen.

## Zusammenfassung typischer Merkmale von Schablonengraffitiis

Für die Untersuchung von Schablonengraffitiis in einem bestimmten städtischen Gebiet in Deutschland lassen sich aus den oben vorgestellten Arbeiten, Beschreibungen und Darstellungen folgende Beobachtungen und Annahmen zu Schablonengraffitiis zusammenfassen:

1. Schablonengraffitiis besitzen zumeist *keinen legitimen Anspruch auf eine öffentliche Ausstellung*. Durch das illegale Anbringen von Motiven und Botschaften können sich Street Art Akteure zwar einen Ausschnitt des urbanen Raumes aneignen, aber Verwitterungen, Säuberungsaktionen der Eigentümer oder Plakatierungen bzw. neue Graffitiis können dazu führen, dass die öffentliche Präsenz von Schablonengraffitiis teilweise nur von kurzer Dauer ist.

2. Schablonengraffitiis haben *nur eine geringe Reichweite*. Einerseits können sie bereits nach wenigen Stunden oder Tagen verschwinden und andererseits ist ihre Größe zumeist sehr beschränkt. Abgesehen von lebensgroßen Motiven des Künstlers BLEK LE RAT oder anderer AktivistInnen sind die Motive eher klein, da die Schablonen transportiert werden und dazu beispielsweise in eine Tasche oder Rucksack passen müssen. Damit besteht aber auch die Gefahr, dass sie neben großen Plakaten oder Schriftzügen untergehen. Zugleich kann die Entdeckung eines Schablonengraffitiis aber zu einem besonderen Ereignis werden, dass sich dem Betrachter umso eingängiger einprägt.

3. Es gibt *keine spezifische Stadtoberfläche* für das Anbringen von Schablonengraffitiis. Sie treten an den verschiedensten Orten und Gegenständen auf. Dazu gehören zum Beispiel: Wände, Türen, Mülltonnen, Lichtmasten, Fahrzeuge, Trafohäuschen etc.

4. Schablonengraffitiis gelten gegenüber klassischen Graffitiis als *reflektierter und überlegter*, da sie nicht darauf abzielen, durch ihre reine Präsenz im urbanen Raum zum Ruhm des Akteurs in der Graffiti-Community beizutragen, sondern weil sie teilweise mit einer wohlüberlegten Botschaft oder Darstellung die Öffentlichkeit erreichen wollen. Durch ihren Anspruch einer Bedeutungsvermittlung lassen sich Schablonengraffitiis im Gegensatz zu normalen Graffitiis aber auch von Werbeagenturen und der Konsumindustrie vereinnahmen.

Das spezifische Merkmal der Inhaltsvermittlung verliert jedoch zunehmend an Bedeutung, da sich in jüngster Zeit auch Graffiti-AktivistInnen vermehrt dieser einfachen Reproduktionstechnik bedienen, um ihre Namen oder Logos zu verbreiten.

5. Schablonengraffitiis werden oft in einem Zusammenhang mit politischer Agitation gebracht. Sie gelten durch die klaren und einfachen Gestaltungsmöglichkeiten und Formen als besonders geeignet, bestimmte Botschaften und Aussagen stark zu verdichten und damit umso einprägsamer, diese zu vermitteln. Zu den eindeutig politisch motivierten Schablonengraffitiis zählen solche, die sich oft roter, schlichter Buchstaben in Kombination mit bekannten Zeichen und Symbolen (erhobene Faust, roter Stern, Che Guevara Kopf etc.) bedienen.

## Ziele der Untersuchung

Das Anliegen der Untersuchung ist, sich eingehender mit den Eigenheiten von Schablonengraffitiis und ihrem Auftreten im öffentlichen Raum zu beschäftigen. Im Rahmen der vorliegenden Studie sollen dazu die Präsenz von Schablonengraffitiis in einem ausgewählten Ausschnitt einer Großstadt analysiert werden. Damit können zwar weder Aussagen über Unterschiede zwischen Provinz und Stadt getroffen werden, noch kann etwas über größere Zusammenhänge (beispielsweise internationale Vergleiche) gesagt werden. Das Interesse gilt allein den feststellbaren Besonderheiten und Merkmalen der Schablonengraffitiis in einem überschaubaren Raum. In diesem Zusammenhang geht die Studie den Fragen nach, zu welchen Themen und Kategorien lassen sich die gefundenen Stencils gruppieren. Welche Anteile machen die jeweiligen Kategorien an der Gesamtzahl aus? Welche Motive treten besonders häufig auf? Welchen Anteil machen politisch motivierte Schablonengraffitiis aus? Wie verteilen sich die Schablonengraffitiis in dem ausgewählten Stadtgebiet? Zugleich soll aber nicht nur eine Bestandsaufnahme gemacht werden, sondern auch Kenntnisse über die zeitliche Präsenz und die Veränderungen gewonnen werden. Dazu erfolgen wiederholte Erhebungen nach einem halben und nach einem Jahr, die schließlich jährlich wiederholt werden sollen. Das Interesse gilt dabei den Veränderungen und welche Aussagen man über mögliche Umstände dieser Veränderungen treffen kann.

## Methodisches Vorgehen

Eine Untersuchung der Verwendung und Nutzung dieser Reproduktionstechnik in Deutschland steht zunächst vor der Schwierigkeit, wie und in welchem Umfang ein solches Vorhaben erfolgen kann. Eine Möglichkeit besteht in der Suche und Erhebung von Schablonengraffiti an verschiedenen Orten im gesamten Bundesgebiet. Ein solches Vorgehen muss aber immer stichprobenartig bleiben und eine Auswahl treffen, da eine vollständige Erhebung zeitlich und finanziell in keiner Relation zum Anliegen der Studie steht. Es wurde daher ein kleiner Ausschnitt in einer ostdeutschen Stadt gewählt, der im Rahmen der Möglichkeiten der Forschungsgruppe liegt.

Im ersten Schritt wurde eine Vielzahl von Schablonengraffiti aus verschiedenen Stadtteilen der Großstadt gesammelt. Die Auswahl erfolgte eher unsystematisch, um einen ersten Eindruck von der Art und Weise sowie Vielfalt zu bekommen. Reisen und zufällige Aufenthalte in anderen Ländern und Städten wurden zum Teil genutzt, den Bestand an Bildern zu erweitern. Auf dieser Basis entstand eine Datenbank, die zurzeit über insgesamt 249 verschiedene Schablonenmotive verfügt.

Anhand der Sammlung konnten erste Feststellungen über diese Reproduktionstechnik und ihre Formen im öffentlichen Raum bestätigt werden, da sich diese Beobachtungen beispielsweise mit den Charakterisierungen und Darstellungen über Schablonengraffiti in der Literatur decken (vgl. Krause/Heinicke 2006, MacPhee 2004, Manco 2002). So zeigte sich, dass diese ebenfalls an Häuserwänden, Regenfallrohren, Laternenpfählen, Schaltkästen, Fensterscheiben, Haustüren, Ampeln, Schildern oder auf dem Straßenasphalt bzw. auf den Gehwegplatten zu finden sind. Ebenso reichen sie in ihrer Qualität von einfachen bis farblich komplexen Kompositionen und umfassen ein breites Spektrum von rein ästhetischen bis politisch motivierten Ansprüchen. Die Ergebnisse beruhen jedoch auf vorläufigen, unsystematischen Erhebungen.

Daher wurde in einem weiteren Schritt ein bestimmtes Stadtgebiet für eine systematische Untersuchung des öffentlichen Auftretens von Schablonengraffiti ausgesucht. Die Fläche ist in seiner Nord-Süd-Ausdehnung ungefähr 1,75 km lang und 1 km breit. Es konnten zwar Schablonengraffiti im ganzen

Stadtgebiet ausgemacht werden, aber in den ausgewählten Stadtteilen fanden sich eine besonders hohe Dichte und Vielfalt. Dies gilt wiederum nicht für das gesamte Untersuchungsgebiet. Auch dort gibt es Orte und Räume mit einem hohen Anteil an Stencils und solche ohne. Hinzu kommt, dass nach eigener Einschätzung in diesem Gebiet mit einer Fluktuation an Schablonengraffiti, anderen Street Art Formen, Plakaten und Werbungen zu rechnen ist, da es von verschiedenen (angrenzenden) Szeneorten, Programmkinos sowie einem studentischen und bildungsbürgerlichen Milieu geprägt ist.

Anhand des Verständnisses von Schablonengraffiti erfolgte auch deren Auswahl. So wurden *nur* solche Abbildungen oder Schriften berücksichtigt, die dieses typische Merkmal (Schablone) aufweisen. Dies gilt vor allem für bearbeitete Aufkleber, die ebenso durch die Verwendung der Druck- und Stempeltechnik erzeugt werden können.

Bei der kompletten Erhebung aller vorhandenen Schablonengraffiti in dem ausgewählten Stadtgebiet mussten die Forschungsgruppe einige Festlegungen treffen. Dazu zählen: (1) Die Suche konzentrierte sich auf die Straßen innerhalb des ausgewählten Stadtgebietes und auf Bereiche, die von der Straße aus einsehbar war. Damit konnten die Teilnehmer der Felduntersuchung natürlich keine Schablonengraffiti entdecken, die in Hinterhöfen oder Treppenaufgängen zu finden sind. (2) Weiterhin bezog sich die Suche allein auf die Straßenseiten (einschließlich Gehwege). Unberücksichtigt blieben somit die Mittelstreifen (Straßenbahnschienen, Haltestellen oder Parkplätze). (3) Ebenso hat die Gruppe solche Schablonengraffiti nicht aufgenommen, die bereits stark verwittert oder zerstört waren. Eine Ausnahme bildeten jene, die sich aufgrund ihrer Form oder anderer Merkmale identifizieren ließen. (4) Außen vor blieben auch öffentliche Schablonenarbeiten (Firmen- und Geschäftsnamen, Symbole für Müllschlucker, Hausfassadenverschönerung etc.), da diese durch die Eigentümer legitimiert sind.

Zur Erhebung der Schablonengraffiti wurden die Straßenzüge unter sieben teilnehmenden Personen aufgeteilt. Sie erhielten einen Stadtplan, genaue Anweisungen und Wegbeschreibungen. Die Aufgaben bestanden darin, die gefundenen Schablonengraffiti zu fotografieren, ihren Standort und zuvor definierte Merkmale zu erfassen. Neben der räumlichen Position liegen somit Daten über ihren Untergrund und die Verwendung von Zwischenmedien (Papier, Tapete, Kacheln etc.) vor.

Die folgende Datenbereinigung richtete sich streng nach den definierten Kriterien und Merkmalen von Schablonengraffiti und dem Ausschluss bestimmter Graffiti (in nicht zugänglichen Räumen, unkenntlich, öffentlich legitimiert). Dazu wurden alle Erhebungsbögen und Aufnahmen durchgesehen und eine entsprechende Nachauswahl getroffen. Keine weitere Berücksichtigung erfuhren die Stencils, die den Auswahlkriterien nicht entsprachen. So hatten die Erhebungsteilnehmer beispielsweise Schablonengraffiti einer bestimmten Gaststätte oder eines Bauunternehmens erfasst, welche diese Reproduktionstechnik kommerziell nutzen und durch Eigentum an den besprühten Flächen legitimieren. Diese wurden nicht weiter berücksichtigt.

Im nächsten Schritt erfolgte die Auswertung der verbleibenden 489 Schablonengraffiti. Die erfassten Motive wurden nach unterschiedlichen Merkmalen sortiert, in verschiedene Gruppen eingeteilt und in ihren Häufigkeitsverteilungen betrachtet. Somit können Aussagen über die Verwendung bestimmter Techniken (mit und ohne Aufkleber), dem Untergrund bzw. Hintergrund und zu verschiedenen Themen im ausgewählten Gebiet gemacht werden. Weiterhin sind die Fundorte der Schablonengraffiti in eine Karte übertragen worden, um die räumliche Präsenz der Stencils im ausgewählten Stadtgebiet veranschaulichen zu können. Durch die wiederholte Erhebung ist es sogar möglich, deren Wechsel und die Veränderungen im öffentlichen Raum zu beschreiben. Dies ist besonders interessant, da die betrachteten Schablonengraffiti illegal verbreitet wurden und keinen Anspruch auf ihre räumliche Anwesenheit haben.

Durch dieses Vorgehen soll ein Einblick in die Eigenart dieser Reproduktionstechnik gegeben werden. Wo und wie treten sie auf? Wer kann dadurch erreicht werden? Welche Anteile machen bestimmte Themen aus? Was lässt sich daraus über Schablonengraffiti sagen? Die gewonnenen Aussagen gelten natürlich nur für das ausgewählte Stadtgebiet. Um Ergebnisse mit einer größeren Reichweite zu haben, müssten beispielsweise vergleichbare Daten zu anderen Gebieten vorliegen oder das Erhebungsgebiet über einen längeren Zeitraum beobachtet werden.

## 1 Ergebnisse

Dieser Teil der Arbeit präsentiert die Ergebnisse der Studie. Die Darstellungen beruhen auf der Auswertung des ersten Feldzugangs im ausgewählten Stadtgebiet.

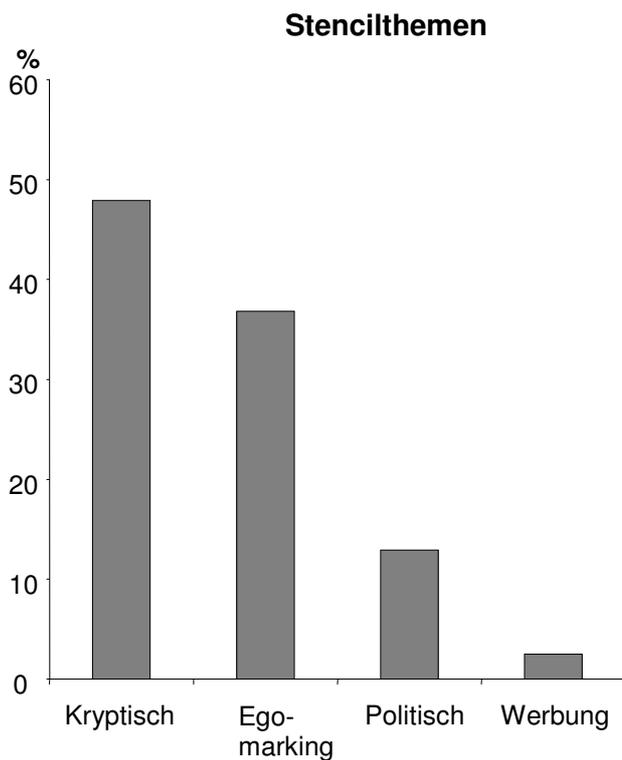
In diesem Gebiet wurde am Tag der Erhebung, dem 16. September 2006, eine breite Vielfalt an Schablonengraffiti gefunden. Insgesamt erfassten die teilnehmenden Personen 489 Stencils. Darunter befindet sich zwar eine Vielzahl von Motiven, wobei sich jedoch viele Schablonenabbildungen wiederholen. Beispielsweise trat der gesprühte Spruch *Onkruid vergaat niet* (Unkraut vergeht nicht) an einer Stelle 12 Mal auf. Dieses Phänomen gilt insbesondere für solche Sprümmotive, die allein auf den Street Art Künstler verweisen. Kürzel wie *ET*, *Schelm*, *N* oder *Funk25* stehen für einzelne Akteure, die vergleichbar mit der Graffiti-Szene versuchen, so viele ihrer Motive wie möglich im öffentlichen Raum unterzubringen. Das Vorgehen wird auch *bombing* genannt und meint die gehäufte Verbreitung von Namen oder Slogans bestimmter Street Art AktivistInnen. Wer die meisten und spektakulärsten Graffiti vorzuweisen hat, wird dann in der Szene zum *King* (vgl. Krause/Heinicke 2006).

### 1. 1 Thematische Gruppen

Ein erster systematisierender Schritt gruppierte die gefundenen Schablonengraffiti nach thematischen Inhalten. Dies rückt zwar das gestalterische Element der Schablonengraffiti in den Hintergrund, kann aber an eine Unterscheidung bei MacPhee (2004: 21) anschließen, die nach folgenden Richtlinien trennt:

- utilitarian (industrial/decorative),
- anonymous, often cryptic, message or image,
- political,
- the traditional graffiti usage of ego markings.

Die vorgenommene Einteilung des erfassten Materials orientierte sich daher an diesem Vorschlag. So konnten auch alle gefundenen Schablonengraffiti einer der Kategorien zugeordnet werden, wobei die größten Anteile auf die anonymen, kryptischen Motive und das *ego marking* entfielen. Zu der Gruppe *ego markings* sind beispielsweise alle nachweisbaren Slogans oder Namen eines Street Art Akteurs zugeordnet worden, die der traditionellen Graffitiintention folgen und versuchen, möglichst häufig und an spektakulären Orten aufzutreten. Um die Zahl der Zuordnungen zu erhöhen, wurden die gefundenen Kürzel im Internet auf einschlägigen Seiten der Graffiti-Szene recher-



chiert. Die Kategorie *anonym, kryptisch* nimmt dagegen all jene Schablonenmotive auf, die allein in der ästhetischen Gestaltung aufgehen bzw. deren weitere Intention sich in der Auswertung nicht offenbart.

Die Anzahl der industriell oder dekorativ genutzten Stencils ist nur gering. Dies geht darauf zurück, dass bei der Erhebung bewusst keine öffentlich legitimen Schablonenmotive berücksichtigt wurden. Somit sind nur solche Abbildungen aus der Kategorie industriell oder dekorativ zu finden, die für eine kommerzielle Veranstaltung werben und dabei die illegalen Praktiken der öffentlichen Raumnutzung verwenden. Aus diesem Grund soll in diesem Zusammenhang auch nur von der thematischen Gruppe *Werbung* gesprochen werden. Hierzu zählt beispielsweise die *Rakete*, die symbolisch für das Fusion-Festival steht und von den Veranstaltern als Schablone unter ihren Gästen verteilt wird. Ähnliches gilt auch für das Motiv *Silbermond* und *Laut gedacht*, was beides für die Musikband Silbermond und ihr Album wirbt.

Über die politisch motivierten Schablonengraffiti heißt es allgemein bei Manco (2002), dass die AktivistInnen dazu tendieren, diese ikonographisch reduziert zu gestalten (schlichte fette Schriftart, eindeutige Symboliken). Schließlich sei es das Ziel der AktivistInnen, ihre Botschaft mit einfachen, aber

überlegten Mitteln öffentlich zu präsentieren. Dazu zählen solche Schablonengraffiti wie *Kein Blut für Öl*, das sich auf den Irakkrieg bezieht oder *Bitte 24 Std. lächeln*, ein Motiv gegen die Videoüberwachung des öffentlichen Raumes. Unter den erfassten Stencils sind aber auch Thematiken, die sich zwar eindeutig von bestimmten gesellschaftlichen Zuständen abgrenzen, aber weniger eine typische politische Problemstellung darstellen. Es geht in diesen Motiven vielmehr um kulturelle Distinktion, um das Anders-sein in einer Massenkongressgesellschaft durch symbolische Abgrenzung oder Zurückweisung von traditionellen bzw. massenkongressformen Verhältnissen. Exemplarisch lassen sich hier Motive zuordnen wie *Shop Dich frei* oder *You can't buy back your life*. Diese Schablonengraffiti sind jedoch ebenfalls in einem weiten Sinne politisch, da sie gegebene Verhältnisse thematisieren und zum Nachdenken anregen.

Insgesamt ergeben sich damit fünf thematische Kategorien, auf die sich alle gefundenen Stencils aufteilen lassen. Das Balkendiagramm (Stencilthemen) zeigt, dass kryptische Motive (47,9 Prozent) und *ego markings* (36,8 Prozent) den größten Teil ausmachen. Damit versammeln sich bereits 84,7 Prozent aller gefundenen Schablonenabbildungen in einer der beiden Kategorien. Mit größeren Abständen folgen die Gruppen politische Stencils mit 12,9 Prozent und als kleinste Fraktion *Werbung* mit 2,5 Prozent.

Für das ausgewählte Stadtgebiet bestätigt sich also ein Trend in der Verwendung dieser Reproduktionstechnik, der sich in einer verstärkten Nutzung des traditionellen *ego-markings* der Graffiti-Akteure äußert. So spricht MacPhee (2004) sogar davon, dass fast die Hälfte aller weltweit auftretenden Schablonengraffiti nur Slogans oder Namen eines spezifischen Künstlers zeigen (vgl. MacPhee 2004: 103). Der Anteil im Untersuchungsgebiet umfasst fast 40 Prozent, nur die Zahl der anonymen, kryptischen Motive ist etwas höher, wobei hier berücksichtigt werden muss, dass ein Teil dieser Gruppe möglicherweise den *ego markings* zuzuordnen ist.

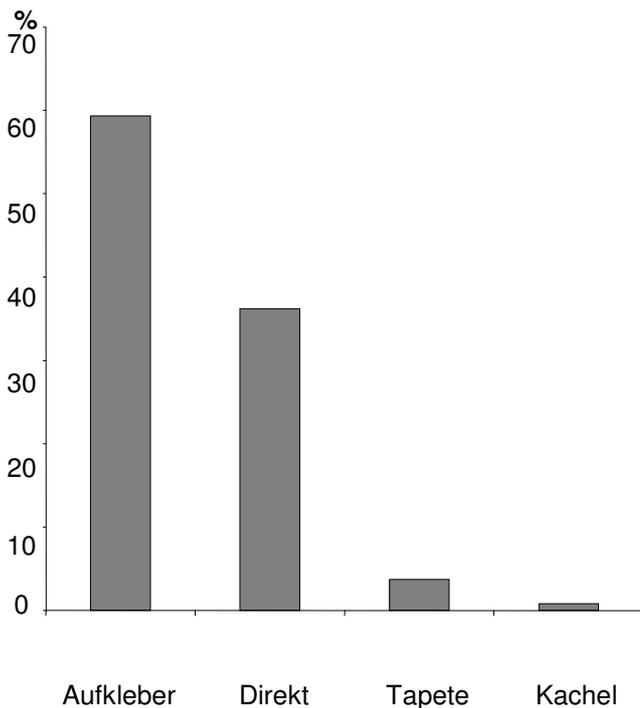
Politische Motive nehmen nur einen kleinen Teil ein. Eine beachtenswerter Tatbestand, da es im ausgewählten Stadtgebiet ein dichtes Netz an politischen Plakaten und Flyern gibt.

## 1. 2 Anteil an Zwischenmedien

Betrachtet man im nächsten Schritt den Anteil der Schablonengraffiti, die direkt auf den Hintergrund aufgetragen

wurden, im Vergleich zu denjenigen, die auf einem Zwischenmedium (Aufkleber, Tapete, Holzbrett) gesprayed oder gemalt wurden, zeigen sich deutliche Unterschiede (siehe Stencilmedien). Die größte Gruppe machen jene Stencils aus (59,3 Prozent), die mittels Aufklebern im öffentlichen Raum Verbreitung fanden. Immerhin haben die Street Art Akteure 36,2 Prozent der Schablonenmotive noch direkt auf den Hintergrund aufgetragen. Einen eher marginalen Anteil haben als Zwischenmedien Tapeten (3,7 Prozent) oder Kacheln (0,8 Prozent).

### Stencilmedien



Diese Verteilung veranschaulicht recht gut, wie populär Aufkleber seit der Einführung der Postpäckchenaufkleber auch im ausgewählten Stadtgebiet sind. Krause und Heinicke (2006) geben dieses Medium neben Graffiti, Roll-ons, Kreidezeichnungen etc. sogar als eine gesonderte Kategorie an. Dabei bietet die Kombination aus Schablonengraffiti und Postpäckchenaufkleber gegenüber der Anfertigung von Schablonenmotiven mit Farbe und ausgeschnittenem Karton in der Öffentlichkeit den Vorteil, dass sie sich schnell und ohne großen Aufwand anbringen lassen. Aufgrund ihrer Klebefläche bieten sich aber nur glatte Flächen wie Glas, Metall oder Plastik an.

Die Kombination aus vorgefertigten Schablonenmotiven und Aufklebern wird vor allem unter jenen Street Art KünstlerInnen des ausgewählten

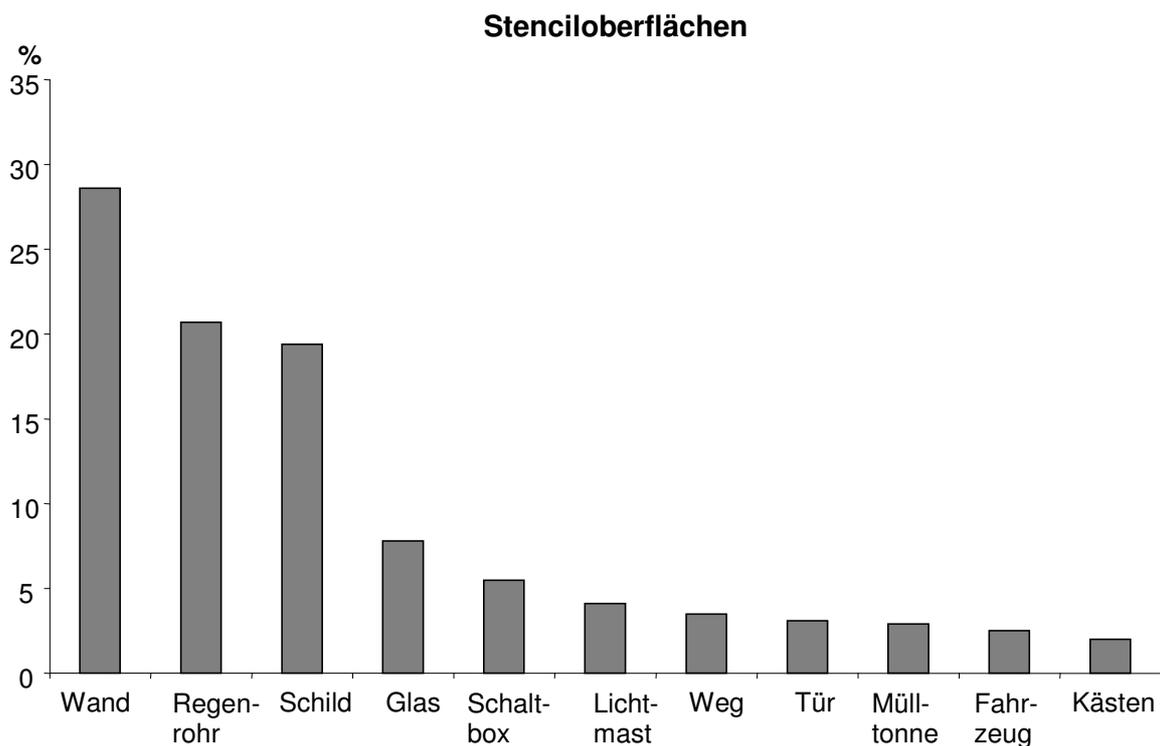
Stadtgebietes bevorzugt, die im traditionellen Habitus der Graffitiszene *ego markings* verbreiten wollen. So brachten sie 79,4 Prozent aller *ego-markings* mittels Aufkleber an. Der tatsächliche Anteil liegt vermutlich sogar noch höher, wenn man berücksichtigt, dass sich wahrscheinlich auch *ego markings* unter den anonymen, kryptischen Schablonenmotiven finden lassen. Den zweitgrößten Anteil machen noch die direkt angebrachten Schablonengraffiti der traditionellen Graffiti-AktivistInnen mit 18,3 Prozent aus. Auf einen Aktivist (\*Funk25) gehen letztlich die vier Kacheln zurück, was insgesamt 2,2 Prozent entspricht.

### 1.3 Verwendete Oberflächen

Der Hintergrund für ein Schablonenmotiv ist breit gefächert. Während der Felderhebung fanden die Teilnehmer Schablonengraffiti an Häuserwänden, Türen, Mülltonnen, Glasscheiben, Regenfallrohren, Lichtmasten, Stromkästen, Kästen aller Art, Schildern, Autos oder auf dem Gehweg. Die größte Gruppe ist an Fassaden, in Eingangsbereiche oder an Mauern gesprüht (28,6 Prozent). An Regenfallrohren sind 20,7 Prozent der Schablonengraffiti und 19,4 Prozent sind allein auf Schildern angebracht. Regenfallrohre und Schilder sind dabei besonders für Aufkleber wegen ihrer glatten Oberfläche geeignet und dort finden sich i.d.R. auch Schablonen-Aufkleber-Kombinationen. Auf allen anderen Untergründen gibt es Schablonengraffiti aus dieser Verknüpfung oder direkt aufgesprüht. Sie machen aber eher einen kleinen, einstelligen Anteil unter den genutzten Hintergründen aus (zwischen 2 und 7,8 Prozent). Es scheint aber keinen dominierenden Hintergrund zu geben, den Street Art-AktivistInnen bevorzugen. Die Verteilung ist heterogen, das heißt, die Fälle konzentrieren sich nicht um den Modus 1. Simson's D beträgt 0,905 und kommt damit dem Wert 1 sehr nahe.

Die Untergründe besitzen verschiedenartige Oberflächenstrukturen, haben aber gemein, dass sie zumeist monoton einfarbig sind. In Fällen, wo der Hintergrund stärker strukturiert oder gemustert ist, sind die Abbildungen auch schlecht zu erkennen, da sie sich kaum vom Untergrund abheben.

Die genutzten Oberflächen für Stencilmotive dürften sich allein aus pragmatischen Beweggründen ergeben (z. B. die Hafteigenschaften von Glas, Metall oder Plastik). Zugleich gehören diese verwendeten Hintergründe zum typischen Straßenbild, in dem sich die Menschen fortbewegen und gut erreichbar sind.



## 2 Besonderheiten und Verteilungen im Stadtgebiet

Ein weiteres Anliegen der Untersuchung ist die Beobachtung des räumlichen Auftretens von Schablonengraffiti. Es geht also nicht mehr um die Schablonenmotive im Besonderen, sondern um ihre Verteilung im ausgewählten urbanen Raum. Dazu wurden zu jedem gefundenen Schablonengraffiti der Standort notiert und auf einer Karte festgehalten. Gegenüber den gängigen Darstellungen und Abhandlungen konzentriert sich dieser Abschnitt nicht auf die materiellen und thematischen Aspekte der Schablonengraffiti und deren Deutung, sondern auf die Präsenz in der Öffentlichkeit. Das ausgewählte Stadtgebiet ist dabei sicherlich weder repräsentativ für die Stadt noch für die Bundesrepublik, aber es ermöglicht ein kleinräumiges Nachvollziehen.

Generell spielt die Wahl des Ortes für ein Schablonengraffiti eine große Bedeutung. So betont MacPhee (2004): »Location is everything.« (127) Der Standort ist wichtig, weil Stencils schnell in ihrem Umfeld untergehen, wenn sie zu klein sind oder der Inhalt nicht mit dem Hintergrund korrespondiert. Beispielsweise bekommt das Wort *Lies* erst seine beabsichtigte Konnotation, wenn es direkt auf einem

Zeitungsverkaufskasten zu finden ist (vgl. MacPhee 2004: 127).

Wie ist es aber um die Dichte und Verbreitung von Schablonengraffiti bestellt? Lassen sich Unterschiede beobachten? Diese Fragen bilden die Grundlage der Untersuchung der räumlichen Präsenz von Schablonengraffiti. Den besten Eindruck vermittelt dabei deren visualisierte räumliche Verteilung im Stadtgebiet (siehe Anhang).

Auf den ersten Blick lassen sich unterschiedliche Konzentrationen der Untersuchungsobjekte im ausgewählten Stadtgebiet erkennen. Es treten vermehrt Schablonenmotive in zwei bis drei Ballungszentren auf. Zur Mitte und zu den Rändern hin nimmt die Dichte merklich ab. Dieses Phänomen deckt sich teilweise mit spezifischen Bedingungen des städtischen Raumes. Zwar ist der ausgewählte Bereich ausschließlich ein Wohngebiet, aber das vermehrte Aufkommen findet sich in der Nähe zu kulturellen Einrichtungen wie Veranstaltungshäuser, Jugendzentren und Szenekneipen. Die Schablonengraffiti treten im unmittelbaren Umkreis dieser Institutionen sowie in angrenzenden Gebieten auf. Dies mag zum Teil damit zusammenhängen, dass die Besucher solche kulturellen Einrichtungen stark frequentieren und somit die Chance steigt, dass die PassantInnen Schablonenmotive wahrnehmen.

In den Übersichten zu den Zwischenmedien und thematischen Gruppen im ausgewählten Stadtgebiet hat sich bereits gezeigt, dass Aufkleber für *ego markings* sehr verbreitet sind. Dies wirkt sich auch auf die Verbreitung und Dichte von Schablonengraffiti aus, da bei Plätzen mit einer hohen Stencil-Konzentration oft mehrere Schablonenmotive der gleichen Art zu finden sind. So sind manche Regenfallrohre oder Kästen mit Aufklebern übersät, was der Graffitiintention, den eigenen Slogans oder Namen möglichst sichtbar und häufig anzubringen, entspricht und das vermehrte Aufkommen erklärt.

## Fazit

Mit dieser Untersuchung in einem Stadtgebiet einer ostdeutschen Großstadt ist das Ziel verbunden, die darin enthaltene thematische Vielfalt und räumliche Verteilung von Schablonengraffiti systematisch zu erfassen. Im Gegensatz zu vielen anderen eher künstlerisch interessierten Arbeiten, die zumeist ästhetische Aspekte und einzelne Künstler hervorheben, sollte eine kleinräumig beschränkte Erhebung eher Aufschluss über besondere Eigenheiten und räumliche Nutzungsweisen dieser Reproduktionstechnik liefern. Der Bericht beruht dabei auf der ersten Felderhebung und berücksichtigt nur solche Graffiti-motive, die nachvollziehbar mit Hilfe von Schablonen angefertigt wurden. Von diesen liegen auch jeweils Fotos und kontextuelle Angaben zum Umfeld vor.

Anhand der aufgenommenen Daten ließen sich die Schablonengraffiti in thematische Gruppen, nach Art und Weise ihrer Anbringung und nach Oberflächenstruktur einteilen sowie räumlich verorten. Der thematischen Einteilung von MacPhee (2004) folgend wurden zwischen *ego-markings*, kryptischen, politischen Motiven und Werbung unterschieden, wobei die ersten beiden anteilmäßig die räumliche Präsenz dominieren. Bei der Betrachtung der Stencilmedien, also wie Schablonenmotive angebracht sind, wird deutlich, dass vor allem die Kombination aus Aufkleber und Schablonen vorherrscht. Sie sind sogar stärker vertreten als das direkte Auftragen auf eine Oberfläche. Äußerst selten fanden sich dagegen Materialien wie Tapete oder Kacheln. Die Verwendung von Aufklebern und direkt aufgetragenen Schablonengraffiti lässt auch bereits erahnen, dass die Akteure hauptsächlich glatte Oberflächen nutzen.

So wundert es nicht, dass fast 70 Prozent aller gefundenen Schablonenmotive auf Wänden, Regenfallrohren und Verkehrsschildern platziert sind.

Besonders interessant ist zudem die räumliche Verteilung der Stencils auf das ausgewählte Stadtgebiet. Dort zeigen sich beispielsweise unterschiedliche Verteilungsdichten im Verhältnis zur städtischen Struktur. Eine besonders hohe Verdichtung tritt beispielsweise an frequentierten Plätzen, Straßen und Szeneorten auf.

Letztlich verfestigen diese Ergebnisse den Eindruck, dass Schablonengraffiti verstärkt von Graffiti-AktivistInnen genutzt werden. Von einer politischen Vereinnahmung kann kaum die Rede sein, da nur ca. jedes zehnte Stencil einen politischen Inhalt hat. Obwohl dabei wahrscheinlich politische Motive immer noch einen größeren Anteil ausmachen als beim klassischen Graffiti, muss für das untersuchte Stadtgebiet in einer bundesdeutschen Großstadt festgehalten werden, dass diese Reproduktionstechnik von marginaler Bedeutung für politische Aktionen und Agitationen ist. Während man aus Darstellungen verschiedener Autoren (Manco 2002, MacPhee 2004, Hundertmark 2003) schnell zu dem Schluss kommen kann, dass das Schablonengraffiti einen nicht unbedeutenden Teil des politischen Straßenkampfes ausmacht, gilt dies kaum für das Untersuchungsgebiet. Ein Grund mag in den verfügbaren Ressourcen und Möglichkeiten der hiesigen politischen Gruppierungen und AktivistInnen liegen. Im Gegensatz zu Teilnehmern bei Straßenunruhen in Argentinien oder Mexiko, kann man im bundesrepublikanischen Kontext auf Druckmaschinen und Materialien für eine professionelle Protestgestaltung zurückgreifen. Die Situation kann sich aber auch hier ändern, wenn eine größere Gruppe (z. B. Erwerbslose, MigrantInnen etc.) an der politischen Meinungsbildung teilnehmen will und dazu keine Unterstützung bei den etablierten politischen Organisationen und Bewegungen findet. Für diese würde das Schablonengraffiti eine flexible, leicht handhabbare und kostengünstige Reproduktionstechnik bieten.

Wie sich jedoch Veränderungen und thematische Neuerungen auswirken, kann nur eine weitere Forschung zeigen. Ebenso können erst Vergleiche mit anderen Regionen und Stadtgebieten bzw. in anderen Ländern, die unterschiedliche politische, wirtschaftliche und sozialstrukturelle Bedingungen aufweisen, dazu beitragen, die Verwendung und Relevanz von Schablonengraffiti besser zu verstehen. Ebenso können Untersuchungen der Sicht-

weisen von Akteuren Aufschluss über Intentionen und Wahrnehmungen geben. Welche Motivationen haben die Erzeuger von Schablonenmotiven und wie werden die Ergebnisse in der Bevölkerung, bei den Hauseigentümern, den Straßenreinigungskräften und in den kommunalen Verwaltungen aufgenommen? Wie wird Street Art zum Identifikationsmerkmal des urbanen Lebens oder zum Hassobjekt zerstörter Ordnung und Struktur? Einen Teil dieser Arbeit leistet bereits die Vereinsarbeit, da die Studie das Ziel verfolgt, die begonnene Felderhebung über einen längeren Zeitraum fortzusetzen. Dadurch wird es möglich sein, zumindest Veränderungen in Dichte und Vielfalt der Schablonenmotive über einen längeren Zeitraum im ausgewählten Stadtgebiet zu beobachten.

## Literatur

- Baudrillard, J. 1978. *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin: Merve-Verlag
- Class, J.-S. 2006. *Von der Subkultur zur Kulturindustrie*. Stuttgart: Merz & Solitude
- Hebdige, D. 1983. »Subculture – Die Bedeutung von Stil« in Diederichsen, D. (Hg.) *Schocker: Stile und Moden der Subkultur*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 8-120
- Hundertmark, C. 2003. *The Art of Rebellion. World of Streetart*. Mainaschaff: Publikat Verlag
- Krause, D./Heinicke, C. 2006. *Street Art. Die Stadt als Spielplatz*. Hrsg. vom Archiv der Jugendkulturen Verlag K.G., Berlin
- Lachmann, R. 1988. »Graffiti as Career and Ideology« in *American Journal of Sociology* 94, 2, 229-250
- Lodewick, J. 2002a. *Le pochoir en étapes: 3. La collection*. Siehe: <http://www.graffitieuropa.org/pochoirs/08.htm> [Stand: 28. September 2007]
- Lodewick, J. 2002b. *Les pochoirs de Varsovie – Juillet 2001 – Première approche*. Siehe: <http://graffitieuropa.org/pochoirs/01.htm> [Stand: 28. September 2007]
- Lodewick, J. 2005. *A Barcelone? Des pochoirs, y en a plein! 1. Les passe-partout*. Siehe: <http://graffitieuropa.org/pochoirs/11.htm> [Stand: 28. September 2007]
- MacPhee, J. 2004. *Stencil Pirates*. New York: Soft Skull Press
- Maisenbacher, C. 1988. *An die Wand gesprüht ... »pochoir« – Schablonengraffiti aus Frankreich*. Frankfurt/Main: Fischer
- Manco, T. 2002. *Stencil Graffiti*. London: Thames&Hudson
- Schinto, J. 2004. »American Wall Stenciling 1790-1840« in *American Studies International* 42, 2/3, 298-300
- Warneken, B. 1991. »Die friedliche Gewalt des Volkswillens« in ders. (Hg.) *Massenmedium Straße. Zur Kulturgeschichte der Demonstration*. Frankfurt/Main, Paris, New York: Campus, 97-119
- Zlendich, J. 1991. »The Forgotten Arts: Wall Stenciling (Book Review)« in *Library Journal* 116, 16, 94

## Anhang

