



Motive und Präsenz von Schablonengraffitis im öffentlichen Raum. Dritte Erhebung in einem Stadtgebiet

AXEL PHILIPPS

UNTER MITARBEIT VON JENS BUSSE, MARION DEY, ANNETT FRITZSCHE, DÖRTE HEIN, ANDREAS HÖFELMAYR, RALPH RICHTER UND HAGEN SCHÖLZEL

Ein bestimmtes Stadtgebiet auszuwählen und es wiederholt aufzusuchen, macht nur dann einen Sinn, wenn Veränderungen zu erwarten sind. Bezüglich Schablonengraffitis sind solche Änderungen aus verschiedenen Gründen anzunehmen. *Erstens* können die visuellen Werke keinen Anspruch auf Dauer einfordern, da die von uns berücksichtigten Schablonenmotive illegal angebracht wurden. Sie fallen also schnell den Säuberungsaktionen der EigentümerInnen, der Stadtreinigung oder anderen Aktionen wie Plakatieren bzw. dem Anfertigen von Graffitis zum Opfer. *Zweitens* werden Schablonengraffitis im Freien an Häuserwänden, auf Gehwegen oder anderen Stadtoberflächen aufgetragen und unterliegen damit Witterungseinflüssen. *Drittens* verändern sich die Zusammensetzungen der Gruppen der GraffitiaktivistInnen. Ein Teil wendet sich vom Anbringen der Schablonengraffitis ab. Ein anderer Teil kommt neu zur Gruppe der AktivistInnen hinzu und bringt ihre/seine eigenen Schablonenmotive ins Stadtgebiet ein. *Viertens* können externe Anlässe neue Themen und Motive der Stencils bedingen, falls die AktivistInnen mit ihren Schablonenmotiven aktuelle Ereignisse aufgreifen. Insgesamt lassen solche Einflüsse vermuten, dass sich dadurch die Verteilungen und Inhalte der Schablonengraffitis in einem bestimmten Stadtgebiet über die Zeit ändern.

Diese möglichen Ursachen und Gründe waren schließlich auch die Motivation der Leipziger Forschungsgruppe Soziales e.V. in das ausgewählte Stadtgebiet zurückzukehren und die Felderhebung

fortzusetzen. Eine dritte Erhebung fand am 6. Oktober 2007 statt. Die Anforderungen und Rahmenbedingungen für die TeilnehmerInnen an der Erhebung blieben im Vergleich zu den Übereinkünften der vorhergehenden Feldbesuche gleich.



Abb.1 „Schäuble abschiessen“

1 Ergebnisse

Bei der dritten Felderhebung haben wir insgesamt 595 Schablonengraffitis gezählt. Damit nahm die Zahl der Stencils im untersuchten Stadtgebiet während des Beobachtungszeitraums weiter zu. Diese Feststellung ist beachtenswert, da die Reinigungsarbeiten an Regenfallrohren, Trafohäuschen und Häuserwänden nicht nachgelassen hatten. In der Zwischenzeit wurden wiederholt solche Säuberungen von einzelnen TeilnehmerInnen der Erhebungen registriert. Eine Verzerrung der Verhältnisse vor

Ort geht aber von einem Schablonengraffiti-Projekt aus, das ich als den *Krebsschwarm* bezeichne. Dieser Schwarm von Krebsen bevölkerte die Fensterscheiben der unteren Etagen eines leerstehenden Hauses. Insgesamt haben wir 58 Krebsmotive gezählt. Ohne diese große Gruppe eines einzelnen Schablonenmotivs würde sich die Gesamtzahl der Stencils auf 537 belaufen und damit etwas geringer gegenüber dem Frühjahr 2007 ausfallen.

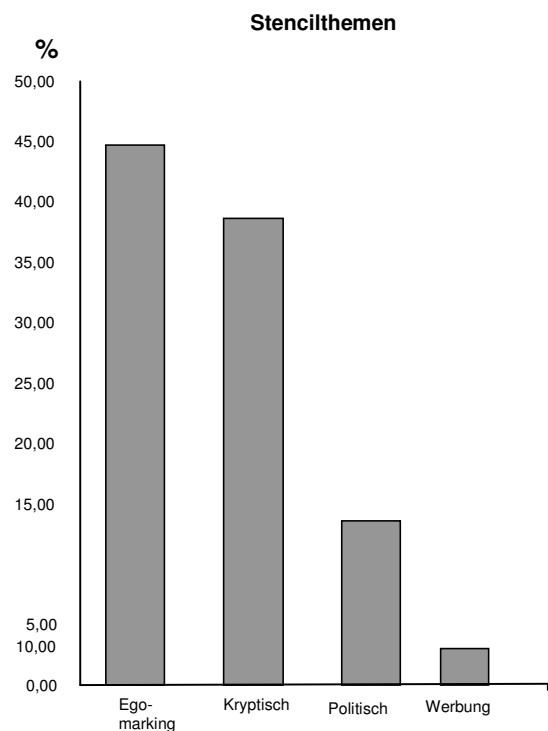
Allgemein ist erwähnenswert, dass im Vergleich zu den vorherigen Begehungen des Stadtgebietes neue Motive hinzugekommen sind. Den deutlichsten Zuwachs verzeichneten jedoch nicht die *ego-markings*, sondern die Anzahl der politischen Schablonengraffiti. Eines der häufigeren, neuartigen Stencils war zum Beispiel *Schäuble abschießen* (siehe Abb. 1). Dieses spezielle Motiv bezieht sich auf die politische Debatte zum Abschuss von Passagierflugzeugen als letzte Maßnahme bei möglicher terroristischer Gefahr. Der Innenminister Schäuble hatte vorgeschlagen, entführte Flugzeuge, die gegen das Leben von Menschen eingesetzt werden sollen, ungeachtet der Zivilopfer abzuschießen.

Den früheren Arbeitsberichten ähnlich, werden in den folgenden Abschnitten die Ergebnisse der Felderhebung nach (1.1) der thematischen Verteilung, (1.2) den verwendeten Zwischenmedien, (1.3) den genutzten Oberflächen und (2) der Verteilung im Stadtgebiet beschrieben und die Abweichungen gegenüber den früheren Feldbegehungen herausgestellt.

1. 1 Thematische Gruppen

Die Einteilung der Schablonenmotive erfolgt in den gleichen Gruppen (*kryptisch*, *ego-marking*, *politisch*, *Werbung*) wie in den Berichten zuvor.

Nach Einordnung und Auszählung der Stencils ergibt sich folgende Verteilung: Die größte Gruppe mit 44,9 Prozent sind die *ego-markings*. Ihnen folgen die kryptischen Motive mit 38,7 Prozent. Der Anteil politisch motivierter Schablonengraffiti liegt bei 13,6 Prozent und der Anteil der Werbebotschaften und -motive beträgt 2,9 Prozent.

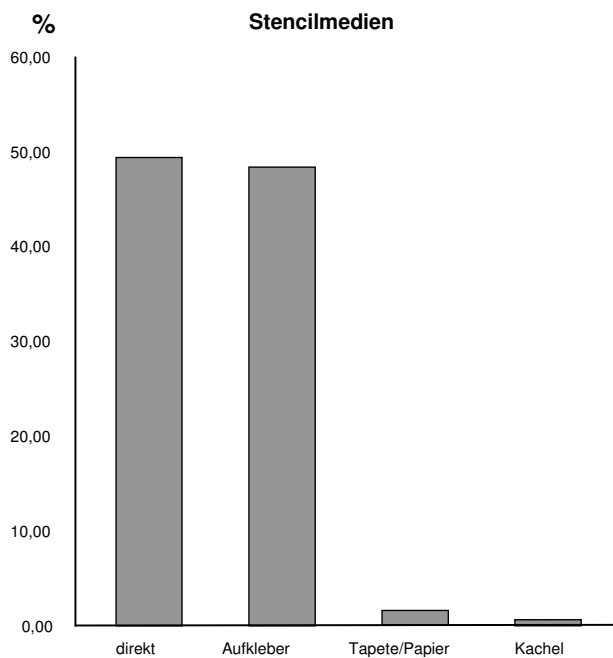


Gegenüber den früheren Erhebungen ist der zahlenmäßige Anteil der *ego-markings* leicht von 284 auf 267 zurückgegangen. Bemerkenswert sind die Veränderungen bei den politischen Motiven und den Stencils mit Werbebotschaften. Während zwischen Herbst 2006 und Frühjahr 2007 die Zahl politischer Stencils gleich geblieben war, konnten im Herbst 2007 insgesamt 81 politische Motive gezählt werden. Dies macht eine in absoluten Zahlen eine Zunahme von 18 Schablonengraffiti mit politischem Inhalt aus. Prozentual ist der Anteil gegenüber der Gesamtzahl der Stencils aber annähernd gleich geblieben. Die Zunahme bei der Werbung geht auf Ankündigungen von neuen Kinofilmen zurück, die in den vorliegenden Monaten in den Filmtheatern angelaufen waren. Es kann an dieser Stelle nicht geklärt werden, ob diese Filmankündigungen auf Marketingguerilla oder Filmfans zurückgehen.

Insgesamt dominieren zwar die *ego-markings* weiterhin die thematische Präsenz, aber nicht mehr so deutlich wie noch im Frühjahr 2007.

1. 2 Anteil an Zwischenmedien

Die verwendeten Zwischenmedien werden nach *Aufklebern*, *Direkt*, *Tapete* und *Kacheln* unterteilt.



Auf dieser Grundlage verteilen sich die erfassten Stencils im Herbst 2007 hauptsächlich auf die Kategorien Aufkleber und Direkt. Aufkleber machen einen Anteil von 48,4 Prozent und die direkt aufgetragenen Schablonenmotive einen Anteil von 49,4 Prozent aus. Eher kleinere Gruppen verwenden Tapete/Papier oder Kacheln. Ihre Anteile liegen bei 1,5 Prozent bzw. 0,7 Prozent. Damit hat sich die Gruppe der direkt auf den Hintergrund gesprühten Stencils nicht nur total (2006: 177, Frühjahr 2007:

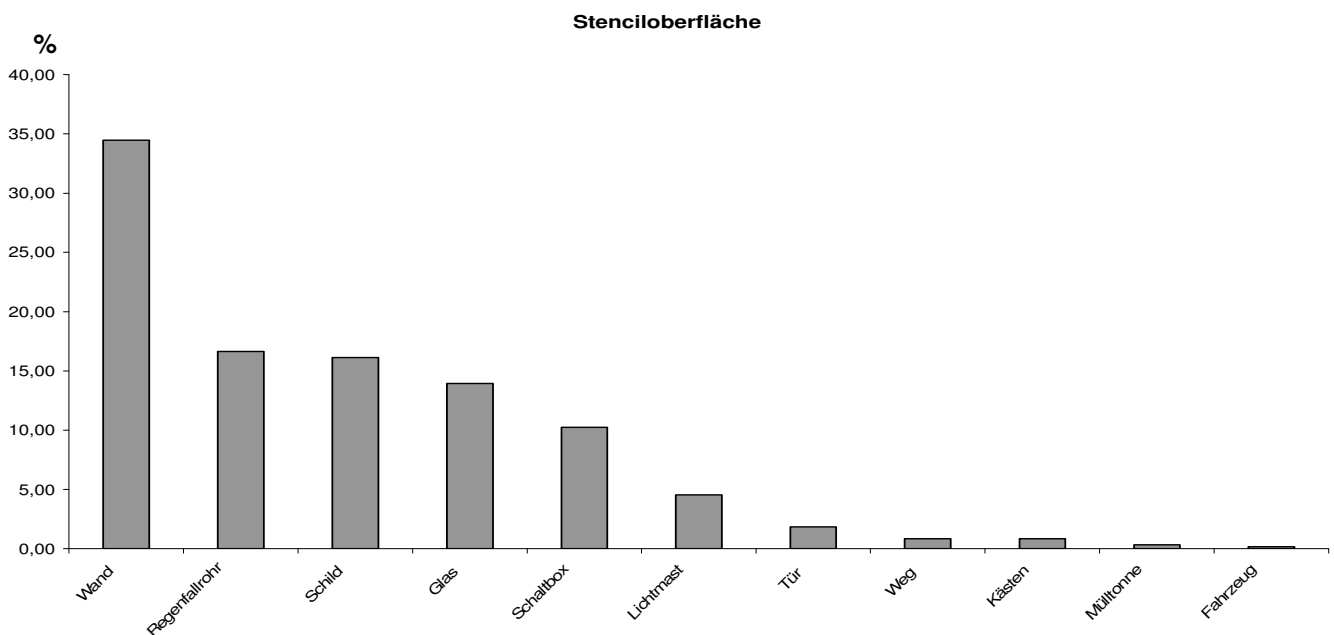
251, Herbst 2007: 294) vergrößert, sondern sie drängt auch die zuvor dominierenden Aufkleber auf den Platz zwei zurück. Im Unterschied zu direkt aufgetragenen Stencils lassen sich Aufkleber leichter von glatten Oberflächen wie Regenfallrohre oder Glasscheiben beseitigen. Bei den Reinigungen der Regenfallrohre sind damit häufiger Aufkleber entfernt worden.

Insgesamt hat sich die Anzahl der Aufkleber nicht geändert. Wir konnten auch im Herbst 2007 288 Stencilmotive auf Aufklebern zählen. Eine mögliche Erklärung für die deutliche Zunahme der direkt angebrachten Schablonengraffitis bildet die große Zahl der schon erwähnten Krebs-Motive, die direkt auf die Glasscheiben gesprüht worden waren. Sie machen fast ein Fünftel (19,8 Prozent) aller direkt vor Ort angefertigten Stencilmotive aus.

Während in den letzten beiden Erhebungen die Anzahl der *ego markings* zugenommen hatte, die direkt auf den Untergrund aufgetragen wurden (2006: 18,4 Prozent; Frühjahr 2007: 32,4 Prozent), gingen sie im Herbst auf 68 Stencils zurück. Diese machen nur noch einen Anteil von 25,5 Prozent der *ego markings* aus.

1.3 Verwendete Oberflächen

Die verwendeten Oberflächen werden unterschieden nach *Wand, Tür, Mülltonne, Glasscheibe, Regenfallrohr, Lichtmast, Schaltboxen (Stromkästen), Kästen aller Art, Schilder, Fahrzeuge* und *Gehweg*. Ein Blick auf das Bal-



kendiagramm veranschaulicht, dass die Schablonenmotive häufig an den Wänden der Häuser und Grundstücksbegrenzungen präsent sind. Dieser Anteil beträgt 34,5 Prozent. Größere Anteile machen Oberflächen wie Regenfallrohre mit 16,6 Prozent, Verkehrsschilder mit 16,1 Prozent, Glas mit 13,9 Prozent und Schaltboxen mit 10,3 Prozent aus. Alle weiteren Hintergründe werden seltener genutzt. An Lichtmästen sind 4,5 Prozent der Schablonengraffiti angebracht, an Türen 1,8 Prozent, auf Gehwegen 0,8 Prozent, an verschiedenen Kästen 0,8 Prozent, an Mülltonnen 0,3 Prozent und schließlich an Fahrzeuge 0,2 Prozent.

Gegenüber der Feldbegehung im Frühjahr 2007 ist die genaue Zahl der auf eine Wand gesprühten Stencils gleich geblieben (n=205). Eine merkbare Änderung ist nur bei dem Hintergrund Glas zu verzeichnen. Hier nahm die Anzahl an Schablonenmotiven um 47 zu. Diese beachtliche Vermehrung geht jedoch hauptsächlich auf den *Krebschwarm* zurück.

2 Besonderheiten und Verteilungen im Stadtgebiet

Nach genau einem Jahr ist es wieder möglich, sich die Dichte und Verbreitung von Schablonengraffiti im ausgewählten Stadtgebiet anzuschauen. Sind deutliche Veränderungen eingetreten?

Bezüglich der Dichte und räumlichen Verteilung der Schablonengraffiti hat sich im Vergleich zu den Feldbegehungen im September 2006 und im Frühjahr 2007 wenig geändert. Eine höhere Dichte von Schablonenmotiven lässt sich auch im Herbst 2007 in der Nähe zu Veranstaltungshäusern, Jugendzentren und Szenekneipen beobachten. Auch hinsichtlich der öffentlichen Zugänglichkeit hat sich bei den Stencils kaum etwas verändert. Die AktivistInnen wählen für ihre Motive und Botschaften weiterhin viel besuchte und begangene Orte. Häufungen finden sich beispielsweise an zentralen Plätzen und entlang größerer Straßen. In diesen Bereichen sind teilweise auch erneut Schablonenmotive hinzugekommen.

Dieses Phänomen deckt sich mit den Beobachtungen bezüglich der räumlichen Präsenz von Graffiti in vier Städten (Halle, Leipzig, Dresden, Merseburg). In dieser Studie haben Harding et al. (2008) den Zusammenhang zwischen der Wahl der Graffitiplatzierung/-verbreitung und der Bedürfnisbefriedigung (Anerkennung) untersucht und festgestellt, dass die Zahl der Graffiti steigt, je höher die Öffentlichkeitswirksamkeit einer Wand ist. Zugleich werden die Graffiti an öffentlichkeitswirksamen Wänden immer einfacher. Aufwendige und größere Graffiti sind eher an weniger frequentierten Orten zu finden (vgl. Harding et al. 2008: 33).

Fazit

Nach einem Jahr haben sich im ausgewählten Stadtgebiet hinsichtlich der Inhalte und Verteilungen der Schablonengraffiti Veränderungen ergeben. Die Veränderungen sind nicht grundlegend, da viele Motive in diesem Zeitraum fortbestanden, aber es konnten zumindest Aktivitäten festgestellt werden. Aus diesen Änderungen lassen sich aber keine allgemeinen Trends ablesen oder Prognosen erstellen.

Ungeachtet dessen sind Schablonengraffiti Artefakte, also menschliche Erzeugnisse, die jede oder jeder in seinem Umfeld wahrnehmen kann, da sie sichtbar existieren. Diese mögliche Sichtbarkeit ist aber kein Garant dafür, dass die Mitmenschen sie auch sehen, geschweige denn einen systematischen Blick für die Inhalte und Verteilungen entwickeln. Die Entdeckung eines einzelnen Schablonenmotivs bleibt für viele zumeist ein besonderes Ereignis. Wir führen jedoch eine systematische Erhebung durch, um über diese zufälligen Begegnungen hinaus ein konkretes Bild zu rekonstruieren, das wir mit den Intentionen der StencilaktivistInnen konfrontieren wollen. Dieser zweite Schritt steht aber noch aus.

Literatur

Harding, P./Kunze, C./Oestreich, R. 2008. »Graffiti als Form von Massenkommunikation – Zum rationalen Handeln von SprüherIn« in Sackmann, R./S. Kison/A. Horn. (Hg.). Graffiti Kontrovers. Halle/Saale: Mitteldeutscher Verlag

Anhang

