



Das politische Schablonengraffiti. Eine Stadtteiluntersuchung

AXEL PHILIPPS

Schablonengraffiti haben als Reproduktionstechnik eine lange Geschichte. Bereits vor 22.000 Jahren verwendeten die Menschen Schablonen für ihre Höhlenzeichnungen. Beispielsweise verteilte man Farbe um eine Hand und erzeugte so ein Negativabbild davon (vgl. Manco 2002). Ab dem 18. Jahrhundert wurden Stencils zur Dekoration von Innenwänden und Tapeten genutzt (vgl. Schinto 2004; Zlendich 1991) oder man sprüht heute noch damit Zeichen oder Buchstaben auf Gebrauchswaren wie Kisten, Säcke oder andere Oberflächen. Davon abgelöst kam es nachweislich im zweiten Weltkrieg als politisches Propagandamittel der italienischen KommunistInnen und FaschistInnen oder als Protestmedium seit den 1970er Jahren in verschiedenen Konfliktregionen wie dem Baskenland, Mexiko, Nicaragua, Nordirland oder Südafrika zum Einsatz (vgl. Manco 2002: 60). Aber auch während des ökonomischen Zusammenbruchs und die sich anschließenden Unruhen in Argentinien im Jahr 2001 (vgl. MacPhee 2004: 75) traten gehäuft politisch motivierte Schablonenmotive auf. Assoziationen zwischen Stencils und dem politischen Feld wecken ebenso Buchtitel wie »The Art of Rebellion« (Hundertmark 2003) oder »Street art and the war on terror: How the world's best graffiti artists said no to the Iraq war« (Mathieson 2007). Schablonenmotive treten jedoch nicht nur im Zusammenhang mit politischen Ereignissen auf, sondern ziehen auch bestimmte Gruppen an. Beispielsweise sieht Manco (2002) eine enge Verknüpfung von Stencils mit Rebellion und Punk. Gerade bei der Punkbewegung sei eine hohe Affinität zu Schablonengraffiti zu beobachten, 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. Über die Anar-

chistInnen in den USA und ihrer Beziehung zu dieser Reproduktionstechnik heißt es bei MacPhee: »In a country where both public expression and anarchism are criminalized in different ways, spreading a message by publicly breaking the law is too much of a temptation to resist.« (MacPhee 2004: 98) Allgemein schreibt Manco (2002) 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)

Die Besonderheit der Schablonengraffiti gegenüber anderen Verfahren der Street Art liegt also darin, dass sie nicht nur rein ästhetische Ansprüche erfüllen, sondern teilweise auch zur politischen Agitation eingesetzt werden. Diese Überschreitung macht die Reproduktionstechnik zu einem politisch subversiven 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 der Ordnungskräfte und zum anderen kann es politische (unterdrückte) Themen in Umlauf bringen. Ihr Erscheinen ist also in der Lage, die Kontrollinstanzen herauszufordern und zu provozieren.

Allgemein weisen Schablonengraffiti und die Umstände ihrer Herstellung bestimmte Merkmale auf (vgl. dazu auch Manco 2000; MacPhee 2004; Philipps 2007). (1) Sie 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 EigentümerInnen oder Plakatierungen bzw. neue Graffiti können dazu führen, dass die öffentliche Präsenz von Schablonengraffiti teilweise nur von kurzer Dauer ist. (2)

Schablonenmotive haben nur eine geringe Reichweite. Einerseits können sie bereits nach wenigen Stunden oder Tagen verschwunden sein 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 müssen und dafür beispielsweise in eine Tasche oder Rucksack passen sollen. Damit besteht aber die Gefahr, dass sie neben großen Plakaten oder Schriftzügen auf den Oberflächen der Stadt untergehen. Zugleich kann die unverhoffte Entdeckung eines Schablonengraffitis zu einem besonderen Ereignis werden, das sich dem Betrachter umso eingängiger einprägt. (3) Es gibt keine spezifische Stadtoberfläche für das Anbringen von Schablonengraffitis. Sie treten an den verschiedensten Orten und Gegenständen auf. Dazu gehören zum Beispiel: Wände, Türen, Mülltonnen, Lichtmasten, Fahrzeuge, Trafohäuschen etc. (4) Schablonengraffitis gelten gegenüber klassischen Graffitis als reflektierter und überlegter, da sie nicht darauf abzielen, durch ihre reine Präsenz im urbanen Raum zum Ruhm in der Graffiti-Community beizutragen, sondern weil sie mit einer wohlüberlegten Botschaft oder Darstellung die Öffentlichkeit erreichen wollen. Durch ihren Anspruch der Bedeutungsvermittlung lassen sich Schablonengraffitis im Gegensatz zu den klassischen Graffitis aber auch von Werbeagenturen und der Konsumindustrie vereinnahmen. Dieses spezifische Merkmal schwindet jedoch, da sich in jüngster Zeit auch Graffiti-AktivistInnen vermehrt dieser einfachen Reproduktionstechnik bedienen, um ihre Namen oder Logos zu verbreiten. (5) Schablonengraffitis werden oft in einen 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 Schablonengraffitis zählen solche, die sich oft roter, schlichter Buchstaben in Kombination mit bekannten Zeichen und Symbolen (erhobene Faust, roter Stern, Che Guevara Kopf etc.) bedienen.

Kann man daher vom Schablonengraffiti als einem wichtigen Instrument der politischen Agitation sprechen? Dieser Eindruck entsteht zumindest durch

die Darstellungen von MacPhee (2004) und Manco (2002),¹ da sie von politisch motivierten Einsätzen dieser Reproduktionstechnik in der Hochphase der 1970er und 1980er Jahre in Europa und vor allem während der Golfkriege in den USA oder bei den Unruhen in Argentinien Anfang des neuen Jahrtausends berichten. Wie steht es da aktuell um das politische Schablonengraffiti in der Bundesrepublik? Was sind dessen Themen? Welche Symbole werden verwendet? Welche Bedeutung hat die Reproduktionstechnik für die politische Agitation?

1 Schablonengraffitis und Subkultur

Da es sich bei den Street Art Akteuren zumeist um Jugendliche handelt und die Schablonentechnik auch oft mit den Punks und AnarchistInnen in Zusammenhang gebracht wird, liegt es nahe, bei den AktivistInnen von Vertretern einer Subkultur auszugehen. Gerade Punks gelten als »grimmigste Form« des Ausschlerens aus einem gesellschaftlichen Konsens. Dabei greift der Begriff Subkultur zu kurz, wenn darunter symbolische Abgrenzungen von der Elternkultur verstanden werden, die sich in Ritualen, befremdlicher Kleidung, bizarren Verhaltensweisen, Regelverletzungen oder Gewalt äußern. Subkulturen fordern vielmehr symbolisch den Konsens in einer Gesellschaft heraus, indem sie Tabus brechen. So verschieben und erweitern die Subkulturstile auf der Ebene der Symbole und Zeichen gesellschaftlich geteilte Definitionen und Bedeutungen. Die Vertreter der Subkulturen setzen dazu Konsumartikel anders ein. Sie untergraben den konventionellen Gebrauch der Waren und erfinden neue Gebrauchsweisen, indem sie die Gegenstände aus ihrem gewöhnlichen Bedeutungskontext entnehmen und neu anordnen. »Sie öffnen die Welt der Objekte für neue und offen gegensätzliche Lesarten.« (Hebdige 1983: 93f.)

Dies bedeutete gerade für die Punks nicht, dass sie sich außerhalb der eigenen Herkunftsgesellschaft stellen. Sie dramatisieren vielmehr eine gesellschaftlich geteilte Stimmung, da sie in metaphorisch überhöhter Darstellung der ausgebeuteten »Arbeiterklasse« auftreten: hohlwändig, in Ketten, mit schmutzigen Klamotten und raubeiniger Gossensprache. Sie geben eine Parodie der Knecht-

1 Eine weitere Sammlung eher politischer Schablonenmotive findet sich bei Lodewick (2002b) über Warschau, Polen. Im Bericht entsteht zumindest durch die Auswahl der Eindruck, dass dort verstärkt politische Themen mit dieser Reproduktionstechnik auftreten. Ganz anders dagegen der Bericht über Barcelona (vgl. Lodewick 2005).

schaft ab, die den Zustand völliger Isolierung und Entfremdung in gesellschaftlichen Verhältnissen wie Arbeitslosigkeit, Wirtschaftskrise, Fernsehen etc. reflektiert. In ihrer Ausdruckslosigkeit und Leere sind sie ein Abbild eines hoffnungslosen Zustands der Unterordnung (vgl. Hebdige 1983). Diese Haltung änderte aber nichts daran, dass die Industrie die Neuordnung von Kleidungs- und Gebrauchswaren im Stil der Punks ebenso wie alle anderen Subkulturstile immer wieder für sich vereinnahmt: »Stile der Jugendkultur mögen am Anfang symbolische Angriffe sein – am Ende werden sie unausweichlich dazu benutzt, neue Gruppen von Konventionen einzusetzen. Sie enden als neue Waren, neue Industrien oder als Jungbrunnen für die alten« (Hebdige 1983: 87).

Graffiti entgehen jedoch nach Baudrillard (1978) einer solchen Einbindung der Zeichen in den konventionellen Gebrauch. Gerade im urbanen Raum, wo die Werbung und das Fernsehen über Konsumartikel Modelle und Simulationen für Identifikationen bereitstellen, bedeutet das Graffiti eine politische Attacke auf diese marktstrategischen Sinn-erzeugungsweisen: »Vor allem aber wurden zum ersten Mal die Medien in ihrer Form selbst attackiert, also in ihrer Produktions- und Verteilungsweise. Und zwar eben deshalb, weil die Graffiti keinen Inhalt, keine Botschaft haben. Es ist diese Leere, die ihre Kraft ausmacht.« (Baudrillard 1978: 29f.) Wo normalerweise die Werbung funktionale Zeichen produziert, abrufbare Ordnungen schafft und das urbane Design die Stadt erfasst, absteckt, markiert und alle freien Zonen in die Peripherie verschiebt bzw. aus den Freiräumen strukturierte Flächen macht: Kultur-institute, Grünflächen, City Walls, Straßentheater etc., entzieht sich das Graffiti einer Botschaft, einem Sinn. Es durchbricht vielmehr die erzeugte Ordnung:

»Es genügen tausend mit Markers und Farbsprühdosen bewaffneter Jugendlicher, um die urbane Signaletik durcheinander zu bringen, um die Ordnung der Zeichen zu stören. Denn die Graffiti verdecken sämtliche U-Bahn-Pläne New Yorks – so wie die Tschechen die Straßennamen Prags veränderten, um die Russen in die Irre zu führen: ein und dieselbe Guerilla.« (Baudrillard 1978: 31, vgl. auch Blissett/Brünzels 2001: 99)

Das Politische der Graffiti liegt nach Baudrillard (1978: 28, 35ff.) in ihrem totalen Angriff auf die Produktions- und Verteilungsweisen von Bedeutungen und Sinn begründet. Sie sind demnach offensiver und radikaler als die politischen Slogans und Wandfresken, da sie sich nicht dekodieren lassen. Wandmalereien und politische Themen verbleiben dagegen für Baudrillard in den Mechanismen zur Erzeugung funktionaler Zeichen befangen, solange sie erfüllte, informative Zeichen produzieren und verbreiten.

Was für die Wandfresken gilt, kann auf politisch motivierte Schablonengraffiti übertragen werden. Diese erzeugen keine *absolute Differenz* (Baudrillard) durch Bedeutungsleere, sondern versuchen den Alltag durch Klartextbotschaften und eindeutige Symbole zu politisieren. Diesen Unterschied heben auch jene Street Art Akteure hervor, die bewusst Schablonengraffiti einsetzen, um sich von Graffiti oder dem Taggen abzugrenzen, da sie aus ihrer Sicht reflektierter an die Erzeugung eines Symbols oder einer Botschaft herangehen. So schreibt Meisenbacher (1988: 6): »Pochoir, das ist der Aufstand der Künstler gegen das »schmutzige und anale Graffiti« (so der pochoir-Künstler ULYS).« Bei Manco heißt es dazu:

»Stencils are more self-conscious than the spontaneous tagged graffiti messages or the coded confidence of hip-hop style. A stencilist will have a location in mind for both aesthetic reasons and for an audience. Generally the artists have an affinity with the place they choose, they know its aspect and have considered its qualities of colour, shape and surface. Some choose a humble spot, perhaps an old, disused door with aged and peeling paint. The audience in this case will be small but, when stumbled upon, the piece will feel like a hidden treasure. Other stencilists pick locations for their associations, for example Serge Gainsbourg's house in Paris [...]. Fashionable districts are also popular sites for art-based stencils since they will be seen by young people, the media and perhaps galleries.« (Manco 2002: 11)

So gehört es zum Selbstverständnis vieler Stencil-KünstlerInnen, das sie ihr Publikum sensibilisieren oder aufrütteln wollen und dazu in den öffentlichen Raum vordringen bzw. ihn okkupieren: »Consciously or unconsciously artists are trying to wake up the tired workers, who-

se minds have been filled with fear and consumption.« (Vinnie Ray, New York, USA in Hundertmark 2003: 4)

Es geht dabei aber nicht nur um eine inhaltliche Auseinandersetzung und Vermittlung mit den Mitteln der Schablonentechnik, sondern auch um eine bewusste Abwendung von heute gängigen Medientechniken. So führen Maisenbacher (1988) und Class (2006) den Boom der Schablonengraffiti auf einen Protest gegen die ansonsten digital-schnellebige Kommunikation zurück. Hinter der Bewegung vermuten sie einen Gegenpol zu den computergefertigten Plakaten, Ausdrucken oder Videobotschaften, da die Schablonengraffiti-KünstlerInnen bewusst auf eine traditionelle Low-Tech-Methodik setzen.

Der Einsatz von Schablonengraffiti teilt dagegen mit den anderen Arten von Graffiti, dass die AktivistInnen bewusst den Raum aussuchen und sich diesen mit ihren Namen oder Symbolen aneignen, wobei Schablonengraffiti-Akteure zum Teil eine bewusste Aufklärung anderer Menschen anstreben und Graffiti-Akteure mit ihren Unternehmungen allein darauf abzielen, in der Graffiti-Community »berühmt« zu werden (vgl. Lachmann 1988) oder den »thrill« beim Anbringen zu suchen (vgl. Ferrell 2000; Macdonald 2001).

2 Ziel der Untersuchung und methodisches Design

Das Anliegen der Untersuchung ist, sich eingehender mit den Eigenheiten von politischen Schablonengraffiti und ihrem Auftreten im öffentlichen Raum zu beschäftigen. Die Grundlage bildet eine Studie zur Präsenz von Schablonengraffiti in einem ausgewählten Ausschnitt einer ostdeutschen Großstadt. Das entsprechende Stadtgebiet ist in seiner Nord-Süd-Ausdehnung ungefähr 1,75 km lang und 1 km breit. Zwar lassen sich Schablonengraffiti in der ganzen Stadt finden, aber der ausgewählte Stadtteil weist eine besonders hohe Dichte und Vielfalt an Schablonenmotiven auf. Dies gilt wiederum nicht für das gesamte Untersuchungsgebiet. Auch dort gibt es Orte und Räume mit einem hohen Anteil und solche ohne. Hinzu kommt, dass in diesem Gebiet Schablonengraffiti ständig neu erscheinen oder durch andere Street Art Formen, Plakate und Werbungen verschwinden, da der Stadtteil von verschiedenen (an-

grenzenden) Szeneorten, Programmkinos sowie einem studentischen und bildungsbürgerlichen Milieu geprägt ist. Daher erfolgt die Untersuchung des räumlichen Auftretens und Verschwindens von Schablonenmotiven über einen längeren Zeitraum.²

Bei der Felderhebung werden *nur* solche Abbildungen oder Schriften berücksichtigt, die typische Merkmale der Reproduktionstechnik aufweisen: Die Schablonenmotive müssen durch Schablonen und Farbe (gerollt, gemalt, gesprayt) entstanden sein. Es erzeugt eine typische Schrift oder Darstellungsweise, was vor allem bei bearbeiteten Aufklebern berücksichtigt werden muss, da diese ebenso durch die Verwendung der Druck- und Stempeltechnik hergestellt werden können.

Zur Erhebung der Schablonengraffiti wurden schließlich die Straßenzüge des ausgewählten Stadtgebietes unter den sieben teilnehmenden Personen aufgeteilt. Diese erhielten einen Stadtplan und genaue Anweisungen sowie eine Wegbeschreibung. Zu ihren Aufgaben gehörte es, die gefundenen Schablonengraffiti zu fotografieren, ihren Standort und zuvor definierte Merkmale zu notieren. Neben der räumlichen Position liegen somit Daten über ihren Untergrund und die Verwendung von Zwischenmedien (Papier, Tapete, Kacheln etc.) vor.

Die Datenbereinigung richtete sich nach den definierten Kriterien und Merkmalen von Schablonengraffiti und dem Ausschluss bestimmter Graffiti (in nicht zugänglichen Räumen, unkenntlich, öffentlich legitimiert). Eine Ausnahme gegenüber den Auswahlkriterien bildeten solche Motive, die von AktivistInnen über negative statt positive Schablonen erzeugt werden. Im Fall einer negativen Schablone wird die Farbe um die ausgeschnittene Fläche herum aufgetragen. Diese Technik wurde einige Male im Feld bei der Gestaltung von Aufklebern festgestellt und daher in der Erhebung berücksichtigt.

Im nächsten Schritt erfolgte die Auswertung³ der Schablonengraffiti aus der ersten und der zweiten Erhebung. Die erfassten Motive wurden nach unterschiedlichen Merkmalen sortiert, in verschiedene Gruppen eingeteilt und in ihren Häufigkeitsverteilungen betrachtet.

2 Zurzeit liegen bereits Daten zu drei verschiedenen Zeitpunkten vor, wobei die Untersuchung auf einen längeren Zeitraum angelegt ist und kontinuierlich Daten im ausgewählten Stadtgebiet gesammelt werden.

3 Eine weitaus detaillierte Auswertung findet sich in den Untersuchungsberichten (vgl. Philipps 2007, 2008). Darin sind insbesondere Veränderungen und Wechsel im öffentlichen Raum beschrieben.

Somit lassen sich Aussagen zu verschiedenen Themen und Motiven der Schablonengraffiti im ausgewählten Gebiet machen. Leitende Fragen der Untersuchung waren: Welchen Themen und Kategorien lassen sich die gefundenen Schablonenmotive zuordnen? Welche Anteile machen die jeweiligen Kategorien an der Gesamtzahl aus? Welchen Prozentsatz machen politisch motivierte Schablonengraffiti aus? In einem weiteren vertiefenden Schritt geht es um die inhaltliche Interpretation der Schablonenmotive und -botschaften. Lassen sich politische Schablonengraffiti zu aktuellen Themen finden? Reflektieren sie gegenwärtige Diskurse oder dominieren bestimmte politische Themen (und damit Gruppen) diese Reproduktionstechnik? Offen bleibt jedoch, welche Unterschiede es zu anderen Räumen und Kulturen (z. B. andere Stadtteile in der ausgewählten Großstadt oder in anderen Städten, ländlichen Räumen, Ländern etc.) gibt und welche Intentionen die Akteure mit ihren Schablonenmotiven verfolgen, wie die Stencils in der Bevölkerung, unter den HauseigentümerInnen, den Straßenreinigungskräften und in den kommunalen Verwaltungen aufgenommen werden. In diesen Zusammenhängen wäre beispielsweise zu klären, ob und wie Street Art zum Identifikationsmerkmal des urbanen Lebens oder zum Hassobjekt zerstörter Ordnung und Struktur wird.

3 Ergebnisse

Die hier präsentierten Resultate der Feldstudie beruhen auf der Auswertung einer sechsmonatigen Beobachtung und Erhebung von Schablonengraffiti. Die erste Felderhebung erfolgte am 16. September 2006, bei der 489 Stencils erfasst wurden. Darunter sind verschiedene Motive, die sich jedoch teilweise wiederholen. Beispielsweise trat der gesprühte Spruch »Bitte 24 Std. lächeln« an einer Stelle drei Mal auf. Dieses Phänomen gilt jedoch vermehrt für solche Sprühmotive, die allein auf die oder den Street Art KünstlerIn 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. Dieses 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).

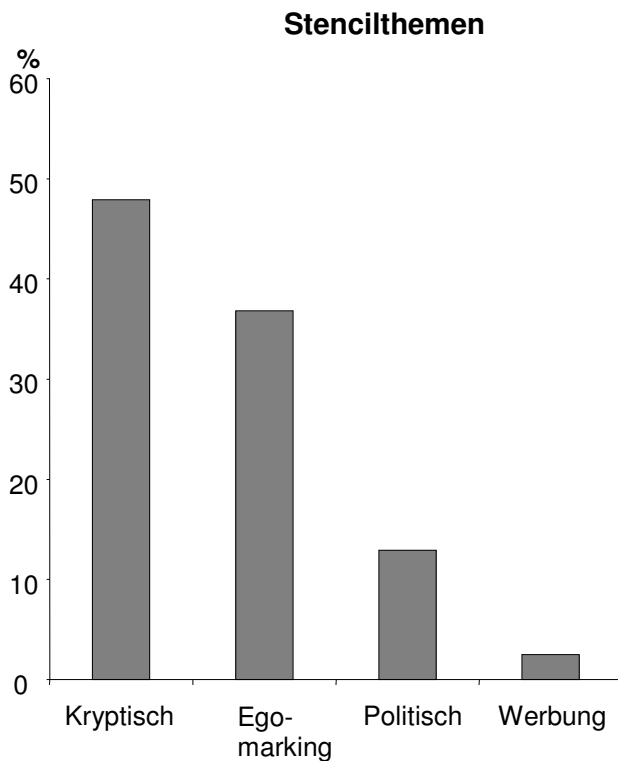
Aufgrund der thematischen Auseinandersetzung mit politisch motivierten Schablonengraffiti bezieht sich die folgende Darstellung nur auf den Anteil und die Bedeutung der politischen Schablonenmotive. Dabei ist zu beachten, dass die Aussagen sich nicht verallgemeinern lassen, sie gelten nur für das ausgewählte Stadtgebiet.

3.1 Thematische Gruppen

Systematisch lassen sich die gefundenen Schablonengraffiti nach den thematischen Inhalten einteilen, was zwar das gestalterische Element der Schablonengraffiti in den Hintergrund rückt, aber eher eine inhaltliche Interpretation der Schablonenmotive ermöglicht. Schließlich haben verschiedene Autoren auf eine bestimmte Motivation bei der Anwendung dieser Reproduktionstechnik verwiesen (vgl. Manco 2002; MacPhee 2004; Maisenbacher 1988).

Die vorgenommenen Einteilung des erfassten Materials orientierte sich an der Unterscheidung von MacPhee (2004). Er hatte zwischen (1) anonymen, oft kryptischen, Botschaften und Bildern, (2) nützlichen (gewerblich, dekorativ), (3) politischen Motiven und (4) dem traditionellen Gebrauch von Graffiti als *ego markings* getrennt. Auf dieser Basis konnten alle gefundenen Schablonengraffiti einer Kategorie zugeordnet werden, wobei die jeweils größten Anteile die anonymen, kryptischen Motive und das *ego marking* ausmachen. In der Gruppe *ego markings* sind beispielsweise alle nachweisbaren Slogans oder Namen von Street Art Akteuren gesammelt, 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 recherchiert. Dadurch konnten einige zuvor als anonym und kryptisch eingeordneten Stencils schließlich den *ego markings* zugewiesen werden. Die Kategorie *anonym, kryptisch* nimmt dagegen all jene Schablonenmotive auf, die allein in der ästhetischen Gestaltung aufgehen bzw. deren weitere Intention sich den InterpretInnen nicht erschloss. Einen nur sehr geringen Anteil bilden die gewerblich oder dekorativ genutzten Stencils, was jedoch u.a. darauf zurückgeht, dass bei der Felderhebung bewusst keine öffentlich *legitimen* Schablonenmotive berücksichtigt wurden. Somit sind nur solche Abbildungen aus der Kategorie »gewerblich und dekorativ« zu finden, die für eine kommerzielle Veranstaltung werben und dabei die

illegalen Praktiken der öffentlichen Raumnutzung verwenden. Entsprechende Motive wurden dann der thematischen Gruppe *Werbung* zugeordnet. Hierzu zählt beispielsweise die stilisierte Rakete, die symbolisch für das *Fusion*-Festival steht. Ähnliches gilt



auch für die gesprühten Worte »Silbermond« und »Laut gedacht«, was beides für die Musikband *Silbermond* und ihr Album steht. Über die politisch motivierten Schablonengraffiti heißt es allgemein bei Manco (2002), dass die Aktivisten 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, jedoch auf den ersten Blick scheinbar keiner politischen Intention folgen. Es geht in diesen Motiven oft um kulturelle Distinktion, also um das Anders-sein in einer Massenkongsumgesellschaft durch symbolische Abgrenzung oder Zurückweisung von traditionellen bzw. massenkonformen Verhältnissen. Exemplarisch

lassen sich hier Botschaften 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 vier thematische Kategorien, auf die sich alle gefundenen Stencils aufteilen lassen. Das Balkendiagramm (siehe Abb. Stencilthemen) zeigt, dass kryptische Motive (47,9 Prozent) oder *ego markings* (36,8 Prozent) bei der Felderhebung im Herbst 2006 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 *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 Slogans oder Namen einer spezifischen Person zeigen. 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.

Bei der zweiten Felderhebung am 31. März 2007 wurden insgesamt 555 Schablonengraffiti festgestellt. Dies bedeutet gegenüber der ersten Erhebung, dass mehr Motive und Botschaften hinzugekommen als verschwunden sind. Zwar konnte man zugleich verstärkte Reinigungsarbeiten an Regenfallrohren, Traföhäuschen und Häuserwänden feststellen, so dass ein beträchtlicher Teil der Schablonengraffiti vom September 2006 fehlte. Der Schwund wurde jedoch durch Zuwächse nicht nur ausgeglichen, sondern sogar überboten. Am auffälligsten ist, dass die Neuzugänge zumeist im Bereich des *ego-markings* von Graffiti-AktivistInnen angesiedelt sind, was bedeutete, dass die neuen Namen und Logos in manchen Abschnitten des ausgewählten Stadtgebietes sehr massiv und dicht auftraten. Ihr Anteil machte im Frühjahr 2007 mehr als die Hälfte aller gefundenen Schablonengraffiti aus. Neuzugänge sind beispielsweise: *Chemie Leipzig 1964*, *THC* oder *Pink Motel*.

Bezogen auf die thematische Verteilung der gefundenen Schablonengraffiti verstärkt sich bei der zweiten Erhebung also noch mehr der Eindruck einer verbreiteten

Nutzung dieser Technik unter Graffiti-AktivistInnen. Sie bilden mit 51,2 Prozent Anteil sogar die größte Gruppe, wogegen die konkrete Zahl der politisch motivierten Schablonengraffitis konstant blieb (n=63). Ihr Anteil liegt nun aber bei 11,4 Prozent und ist damit ebenso leicht zurückgegangen wie Stencils zu kommerziellen Werbezwecken (1,6 Prozent). Bei den kryptischen Schablonenmotiven ist zwar der prozentuale Anteil gesunken (35,9 Prozent), die Anzahl stieg jedoch um 19 gegenüber 2006. Insgesamt hat sich also wenig verändert, bis auf den Umstand, dass normale Graffitis noch stärker dominieren. Politische Schablonenmotive bilden dagegen weiterhin nur einen geringen Anteil, was zumindest die Frage aufwirft, welche politischen Themen aufgegriffen werden und was sich allgemein über diese Gruppe der Schablonengraffitis im ausgewählten Stadtgebiet sagen lässt.

3.2 Themen und Besonderheiten der politischen Schablonenmotive

Im Gegensatz zu vielen kryptischen Schablonenmotiven gehen die politischen im öffentlichen Raum über den rein künstlerischen Anspruch hinaus. Es sollen also nicht nur »graue Häuserwände« belebt werden, sondern es sollen die Betrachter für bestimmte Themen empfänglich und sensibilisiert werden. Diese Eigenschaft wird den politischen Schablonenmotiven in Verbindung zu politischen Gruppen und Subkulturen zugeschrieben (vgl. Manco 2002, MacPhee 2004, Hundertmark 2003, Reinicke 2007). Beispielsweise berichten die Autoren von Zusammenhängen, wo Schablonenmotive und -botschaften politische Ereignisse begleiten oder die »Do-It-Yourself«-Philosophie der Punkbewegung und AnarchistInnen reproduzieren.

Anhand der durchgeführten Felderhebungen von Schablonengraffitis in dem ausgewählten Stadtgebiet zeigt sich schließlich, dass nur wenige aktuelle politische Themen zwischen den beiden Erhebungszeitpunkten weitergeführt wurden. Dazu gehört beispielsweise die Thematik Überwachung. Es kamen also nur vereinzelt neue Schablonenmotive hinzu. Die meisten politischen Motive waren bereits älter und verwittert, so dass es für die BetrachterInnen immer schwieriger wird, diese zu entdecken.

Generell kann man für den ausgewählten Stadtteil jedoch sagen, dass die Bandbreite von Anmerkungen und Botschaften zu politischen Sachverhalten wie Kriege, Abschiebungen oder Atomkraft bis zu eher kulturellen Distinktionen reicht. Eindeutiges Ziel dieser Schablonenmotive ist es, die BetrachterInnen zu sensibilisieren und anzuregen, über eine bestimmte Problematik nachzudenken. Selbstverständliches soll in Frage gestellt werden.

Im Untersuchungsgebiet geht es beispielsweise an verschiedenen Stellen und in unterschiedlichen Zusammenhängen um die Frage nach der *Freiheit*, einem klassischen humanistischen Thema. So geht der Spruch von Heinrich Heine: »Die Freiheit der Meinung setzt voraus, dass man überhaupt eine hat. H. Heine« (Abb. 1) auf das Thema der *Meinungsfreiheit* ein. Jedoch wird nicht einfach die Einhaltung dieser Freiheit gefordert, sondern man betont die Voraussetzung, dass eine solche Freiheit nur dort relevant ist, wo es einen eigenen Standpunkt gibt, dessen Äußerung geschützt werden muss. Auf unsere Zeit und diesen Raum bezogen, will die oder der AktivistIn vermutlich auf die Meinungsbildung durch die Massenmedien anspielen. Leider ist der genaue Zeitpunkt nicht bekannt, als das Schablonengraffiti angebracht wurde. Darüber könnte man möglicherweise den Schluss auf eine aktuelle politische Debatte (Zuwanderung, Sicherheitspolitik, Sozialstaat etc.) ziehen. Es ist aber auch denkbar, dass es sich um eine zeitlose Mahnung handelt, die keinen konkreten Bezug zu einem bestimmten Ereignis oder Diskurs hat.

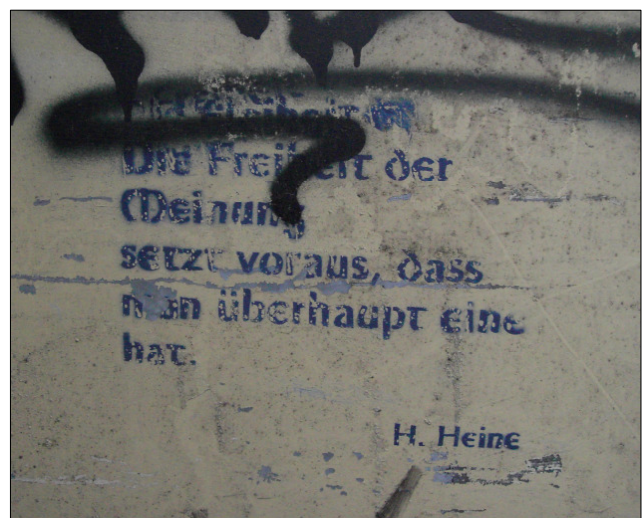


Abb. 1 Die Freiheit der Meinung ...

Zu einem ähnlichen Befund kann man auch bei den anderen Äußerungen kommen. Die Forderung »Shop dich

frei«, »no name, no fame, no logo« bzw. »You can't buy back your life« (Abb. 2) können ebenso unabhängig von bestimmten Geschehnissen stehen, da sie sich inhaltlich auf die Konsumgesellschaft beziehen, wo Markenprodukte und Waren soziale Beziehungen und Identitäten bestimmen. In diesem Kontext einer Zeichenwelt, die über Konsumartikel vermittelt, wer man ist bzw. mit wem man es zu tun hat, scheint der Kauf von Waren die Freiheit zu ermöglichen, die eigene Identität zu wählen und zu verändern. Zugleich können solche Aussagen wie »Shop dich frei« bzw. »You can't buy back your life« stutzig machen, weil sie Freiheit *durch* Konsum assoziieren oder davor warnen. Wer diese Beziehung so noch nicht gesehen hat, wird vielleicht für einen Moment über die Aussage nachdenken. Eindeutiger ist die Botschaft »F-F-Fuck Barbie!!!« Die Zurückweisung der Barbiepuppe, als ein klassisches Symbol der westlichen Konsumwelt, die schöne Menschen hervorbringt, ist nicht zu überlesen.

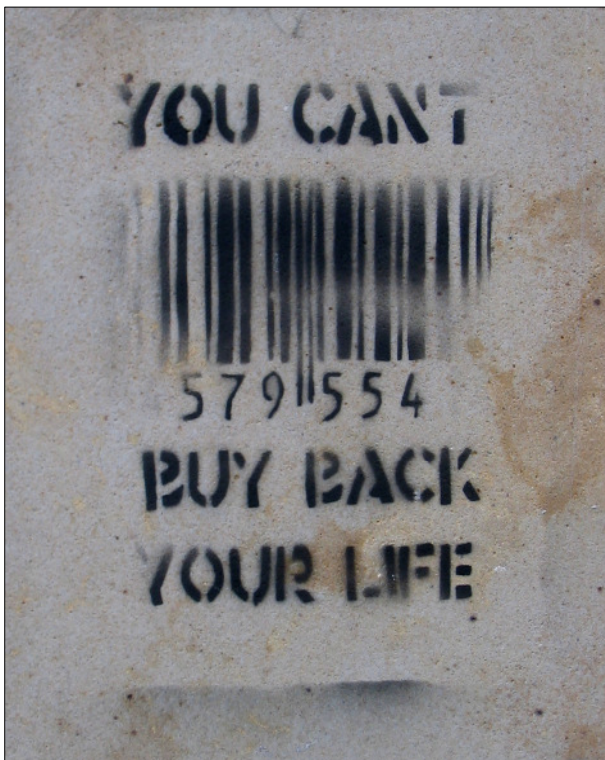


Abb. 2 You cant buy back your life

Ein eher klassisches Thema ist die »Freiheit für Tiere«. Im Zusammenhang mit Massentier- und Käfighaltung äußern sich Tierschutzorganisationen in regelmäßigen Abständen zu Problemen und Bedingungen der Tierzucht, was bereits bei den Parteien

und Parlamenten angekommen ist, wenn man berücksichtigt, dass die Käfighaltung in den nächsten Jahren ausläuft. Die utopische Forderung nach einer umfassenden *Freiheit der Tiere* bleibt jedoch ganz gewiss eine Position, die von den politischen Parteien nicht so schnell aufgegriffen wird.

Ein ebenso vertrautes wie etabliertes Thema ist der *Ausstieg aus der Atomkraft* sowie ihre Weiternutzung. Seit dem Abwurf der ersten Atombombe hat sich eine Protestbewegung formiert, die sich der Nutzung von Kernkraft entgegenstellt. Im ausgewählten Stadtgebiet wurden dazu zwei Stencils registriert. Das erste zeigt unkommentiert eine Sonnenbaderin an einem Strand mit Sonnenschirm, in deren Hintergrund sich ein riesiger Atompilz abzeichnet (Abb. 3). Das Bild könnte dahingehend interpretiert werden, dass zu jeder Zeit, auch während einer angenehmen Tätigkeit, die Gefahr einer Atomexplosion droht. Das zweite Schablonenmotiv deutet dagegen schematisch ein Atomkraftwerk an, das mit den Worten »Weiter strahlen?« überschrieben ist. Eine Frage, die sich auf die aktuelle Debatte um die Abschaltung der deutschen Kern-



kraftwerke beziehen lässt.

Abb. 3 Strandszene mit Atompilz

Ein anderer Komplex dreht sich um den *Irakkrieg* und den *Nahostkonflikt*. Diese Problematik reiht sich in die Themen der Friedensbewegung ein, wobei es nicht mehr um den »Kalten Krieg« oder Vietnam geht, sondern um aktuelle, schwelende Krisen und Konflikte in der arabischen Welt (vgl. auch Mathieson 2007). Eine klare Position der Friedensbewegung findet sich beispielsweise in der Aussage: »Kein Blut für Öl«, das an Laternenmasten und Häuserwänden geschrieben steht. Gerade die so genannten Golfkriege galten als militärische Auseinandersetzungen um die Erdölfelder in dieser Region. Zugleich

hatte der Anlass für den dritten Golfkrieg (Absetzung von Saddam Hussein) weltweit Skepsis hervorgerufen, da andere Gründe als die Bekämpfung des Terrorismus vermutet wurden. Einerseits hatten die USA Saddam Hussein im Konflikt mit dem Iran unterstützt, was auch in einem Stencil mit dem Portrait von Hussein und der Unterschrift »Made in USA« dargestellt ist und andererseits wurde mit diesem Krieg vor allem der amtierende Präsident Georg W. Bush verknüpft. Ein Schablonengraffiti spricht beispielsweise von »Bomber Bush«, wobei unklar ist, warum die oder der Stencil-AktivistIn diese Worte mit dem Portrait von Bertolt Brecht verbindet. Eindeutiger ist da eine Positionierung auf Seiten der Palästinenser im Nahostkonflikt mit den Worten »Viva Palestina« (Es lebe Palästina). In diesem Motiv sind die Buchstaben »A« in Palestina durch Anarchiesymbole ersetzt, was die Annahme unterstützt, dass die oder der SchöpferIn dieses Stencils mit dem Kampf gegen die israelische Kontrolle sympathisiert. Weniger verständlich ist ein recht komplexes Schablonengraffiti, welches einen verschleierte Menschen (Turbanträger?) zeigt und mit den Worten »Art of war« überschrieben ist. Eine mögliche Lesart könnte die gezeigte Figur als Muslim verstehen und über die »Kunst des Krieges« eine Verbindung zu den Bürgerkriegen in den palästinensischen Gebieten und im Irak herstellen, da die praktizierte Guerillataktik und die Selbstmordanschläge Formen von Kriegsführung sind.

Mit dem letzten Golfkrieg kamen auch Sicherheitsfragen und ihre Gewährleistung nach den Anschlägen vom 11. September 2001 in den USA auf. Politisch haben sich Sicherheitsstandards verschärft, Freiheiten und Schutzräume des Privaten wurden beschnitten und eingeschränkt. Eine Antwort darauf sind Schablonengraffiti, die eine Kontrolle und *Überwachung* des öffentlichen und alltäglichen Lebens thematisieren: »Big brother is watching you!« Alle Schablonengraffiti zu diesem Thema sensibilisieren für die sicherheitstechnische Durchdringung des Alltags. Auch wenn die Personensuche auf Milchtüten noch utopisch ist, sind überwachte Räume bereits Normalität, die vielleicht unbewusst, aber wirkungsvoll die sozialen Beziehungen und die Nutzung des öffentlichen Raumes verändern. Aufforderungen wie »Bitte 24 Std. lächeln« (Abb. 4) oder »Bitte recht

freundlich« erinnern daran, dass individuelle Regungen und Stimmungen der Fassade aus sozialen Normen im überwachten Raum zu weichen haben, wobei die Überwachung die urbanen Konflikte und Probleme nur in die toten Winkel der Kameras verbannt.



Abb. 4 Bitte 24 Std. lächeln



Abb. 5 20 kg pro Person sind erlaubt

Neben den Thematisierungen von Krieg, Überwachung oder Konsumgesellschaft hat es an mehreren Stellen auch eine Sammlung von fragmentarischen Sätzen zur *Abschiebepaxis* gegeben. Ein einzelner Satz wie »im Schlafanzug, in Hausschuhen und Handschellen« auf dem Gehweg lässt die Interpretationsmöglichkeiten für den einzelnen noch sehr offen, aber die Wahrscheinlichkeit dürfte wachsen, dass man auch den nächsten Satzketzen und den nächsten lesen will, um zu erfahren, was hier eigentlich gesagt werden soll. Ist es ein Satz aus einem Krimi? Ein Hinweis auf eine Lesung? Was ist hier passiert, dass jemand mitten aus dem Schlaf gerissen in Handschellen abgeführt wird? Die Botschaft erschließt sich dann mit jedem weiteren Fragment, wenn man da liest: »unter Protest der Ärzte von 4 Polizisten aus der Klinik abgeholt«, »wird ihr ein Beruhigungsmittel in den

Oberschenkel injiziert«, »bis sie um 3 Uhr von Polizisten geweckt und nach Tempelhof gebracht werden«, »der 12-jährige Sohn erleidet dabei einen Armbruch«, »die noch stillende Mutter des Babys bleibt zurück«, »20 kg pro Person sind erlaubt« (Abb. 5), »nach 10-jährigem Aufenthalt in D« und »fehlt von ihm immer noch jede Spur«. Die Satzteile fügen sich zu einer Geschichte über die Abschiebung von Flüchtlingen aus Deutschland zusammen. Die Sprache erinnert dabei an ein Ereignisprotokoll.

Neben diesen verschiedenartigen Schablonengraffiti zu einzelnen politisch relevanten Themen gibt es auch vereinzelt Motive und Symboliken, die sich linken Gruppierungen zuordnen lassen. Dazu zählt beispielsweise die »Antifascista [Name des Stadtteils]«, die Abbildung einer Maschinenpistole oder das Portrait eines lateinamerikanischen Bauern mit dem Untertitel »25 años de revolucion sandinista«.

In der Tradition der anarchistischen Gruppierungen oder des Punks stehen Symbole wie das A(narchiezeichen) in Verbindung mit einem verummumten Sprayer oder Aussprüche wie »Fuck Authority« mit dem passenden Bild eines Soldaten, der seine Waffe lässig auf die Hüfte stützt. In die gleiche Rubrik gehören auch Schablonengraffiti wie »Punk your head« zusammen mit den Blues Brother Figures, deren Haare bunt gefärbt sind, oder »love your job« als Untertitel zu einem Mann im Anzug. Während die Aufforderungen, sich die Haare wild und bunt zu gestalten oder Autoritäten zurückzuweisen, deutlich rebellische Anklänge haben, ist das »Liebe Deine Arbeit« diffiziler, weil es eine Forderung an den Menschen, in seiner Arbeit aufzugehen und dort sich einzubringen, überhöht.

Keiner bestimmten politischen Gruppierung konnte die Aussage: »Auch im Dunkeln kann man glücklich sein« zugeordnet werden. Die Botschaft wird aber politisch, wenn es als Gegenposition zu der Auffassung gelesen wird, dass Glück einen bestimmten Ort (hell, freundlich, ungefährlich) hat. Setzt man »dunkel« mit beängstigend, depressiv, ungemütlich gleich, könnte sich ein solcher Ausspruch gegen die Ideale richten, dass Glück nur in einer sicheren, ordentlichen und reinen Welt existieren kann. Diese Lesart würde daher den Spruch in die Nähe zur Konsum- und Sicherheitskritik rücken. Es lassen sich

aber auch andere Assoziationen zu Hell-Dunkel und Glücklichein (Himmel-Hölle, Reich-Arm etc.) finden, so dass weitere Lesarten möglich sind.



Abb. 6 Meine Wand?

Am Schluss soll noch auf das Schablonengraffiti »Meine Wand?« (Abb. 6) eingegangen werden. Diese Frage spielt nämlich auf einen lokalen Konflikt zwischen Graffiti-Akteuren und der Stadtplanung bzw. -reinigung an, wo es um das Eigentum von Hauswänden und deren Aneignung durch andere geht. Während die Stadtplanung und die EignerInnen von Wohnhäusern ein bestimmtes Bild von ihren Objekten haben und erzeugen, indem sie Gebäude errichten und gestalten, überschreiten und entwerten Graffiti deren Einteilungen und Strukturvorgaben. Dieser Konflikt ist nach Baudrillard (1978) schließlich ebenfalls ein politischer, weil die Graffiti die urbanen Produktions- und Verteilungsweisen von Bedeutungen und Sinn angreifen.

4 Fazit

Mit dieser Untersuchung in einem Stadtgebiet einer bundesdeutschen Großstadt sollte also die darin vorfindbare thematische Vielfalt von Schablonengraffiti systematisch erfasst werden. Im Gegensatz zu vielen anderen eher künstlerisch interessierten Arbeiten, die zumeist ästhetische Aspekte und einzelne Künstler hervorheben, baute die Studie auf einer kleinräumig beschränkten Erhebung auf, um dadurch Aufschluss über besondere Eigenheiten und Nutzungsweisen dieser Reproduktionstechnik zu liefern. Der aktuelle Bericht beruht dabei auf zwei Erhebungen von Schablonenmotiven, die erstmalig im Herbst 2006 und dann im Frühjahr 2007 wiederholt erfolgten. Berücksichtigung fanden jedoch nur solche Graffiti-motive, die nachvollziehbar mit Hilfe von Schablonen angefertigt wurden. Von diesen wurden dann jeweils ein Foto

gemacht und einige kontextuelle Angaben zum Umfeld notiert.

Anhand der aufgenommenen Daten ließen sich schließlich die Schablonengraffitis in thematische Gruppen einteilen. Der thematischen Einteilung von MacPhee (2004) folgend wurde zwischen egomarkings, kryptischen, politischen Motiven und Werbung unterschieden, wobei die ersten beiden anteilmäßig die Felderhebung dominieren.

Die inhaltliche Betrachtung politischer Schablonengraffitis im untersuchten städtischen Gebiet zeigt, dass es zum einen ein breites Spektrum an Themen (Krieg, Atomkraft, Abschiebung, Konsumwelt, Rebellion etc.) gibt, zum anderen gehen die Motive aber auf viele weitere – tagespolitisch relevante – Ereignisse nicht ein. Beispielsweise fällt auf, dass es auf der einen Seite keine rechtsgerichteten Schablonenmotive gibt,⁴ was mit der Einwohnerzusammensetzung (gehobene Mittelschicht und StudentInnen) zusammenhängt, und auf der anderen Seite finden sich bis auf eine Ausnahme (Antifascista [Name des Stadtteils]) keine Parolen gegen rechts bzw. Nazis. Dominierend, wenn man überhaupt bei der geringen Anzahl von Fällen davon sprechen kann, sind eher andere Themen wie Krieg und Atomkraft, also klassische Topoi (Frieden, Umwelt, Atomkraft, Menschenrechte) der Neuen Sozialen Bewegungen, oder rebellische Ausrufe anarchistischer Couleur gegen Hierarchien und Konsumzwang. Bemerkenswert ist auch die politische Aktion zur Abschiebepaxis, die auf die subversive Technik der Schablonengraffitis mit beschränkter Reichweite setzt, um vielleicht auf diese Weise die oder den zufälligen BetrachterIn länger an das Thema zu binden und möglicherweise dadurch eine vertiefende Auseinandersetzung anzustoßen, da die Gehwege *noch* weitgehend frei von Werbung sind. Eine Plakataktion hätte dagegen sicherlich mehr Menschen erreicht, aber es ist auch fraglich, ob sich eine plakatierte politische Botschaft neben den zahlenmäßig häufigeren Werbetafeln überhaupt durchsetzen kann.

Für den ausgewählten Stadtteil kann also festgehalten werden, dass politische Schablonenmotive ein Nischendasein führen. In anderen Gegenden oder Städten mag es anders sein, aber hier wurden zumin-

dest anteilmäßig wenige Stencils zu Themen der Neuen Sozialen Bewegungen oder politischer Gruppierungen gefunden. Teilweise decken sich diese Anliegen mit aktuellen Debatten wie dem Ausstieg aus der Atomkraft, dem »Nein« zum Golfkrieg, dem Ausbau der Überwachungsmöglichkeiten oder der Zuwanderungspolitik, es gibt jedoch auch eine Reihe von Inhalten, die sich jenseits der dominierenden Diskurse bewegen. Dazu dürften die Auseinandersetzung mit der Konsumgesellschaft, mit Autoritäten oder der Gestaltung der Stadtoberfläche gehören, also unterschwellige Diskurse marginaler Gruppen, die jeglicher hegemonialer Bedeutungen entbehren. Sie bereiten aber vielleicht die Gegenstände kommender Diskurse vor.

Letztlich verfestigen diese Ergebnisse den Eindruck, dass Schablonengraffitis verstärkt von Graffiti-AktivistInnen genutzt werden. Von einer politischen Vereinnahmung kann kaum die Rede sein, da nur ca. jedes zehnte Stencils einen politischen Inhalt hat. Somit ist für das untersuchte Stadtgebiet in einer bundesdeutschen Großstadt festzustellen, 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 könnte, 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 TeilnehmerInnen 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, Jugendliche etc.) an der politischen Meinungsbildung teilnehmen will und dazu keine Unterstützung bei den etablierten politischen Organisationen und Bewegungen findet. Für diese ist dann das Schablonengraffiti eine flexible, leicht handhabbare und kostengünstige Vervielfältigungs- und Reproduktionstechnik.

4 Im Gegensatz zu einer Graffitiuntersuchung in Wien (siehe Institut für Graffiti-Forschung 2007).

Literatur

- Baudrillard, J. 1978. *Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen*. Berlin: Merve-Verlag
- Blissett, L./S. Brünzels. 2001. *Handbuch der Kommunikationsguerilla*. Berlin/Hamburg: Assoziation A
- Class, J.-S. 2006. *Von der Subkultur zur Kulturindustrie*. Stuttgart: Merz & Solitude
- Ferrell, J. 2000. *Crimes of Style. Urban Graffiti and the Politics of Criminality*. Boston: Northeastern University Press
- 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
- Institut für Graffiti-Forschung. 2007. *Rechtsextreme Parolen und Zeichen. Graffiti und Sticker als Medium interkultureller Kommunikation*. Siehe: <http://www.graffitieuropa.org/rechts.htm> [Stand 28.12.2007]
- 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]
- Macdonald, N. 2001. *The graffiti subculture. Youth, masculinity and identity in London and New York*. New York: Palgrave Macmillan
- 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
- Mathieson, E. 2007. *Street art and the war on terror: How the world's best graffiti artists said no to the Iraq war*. London: Rebellion
- Philipps, A. 2007. *Schablonengraffitis im Stadtgebiet. Eine empirische Untersuchung der Inhalte und Verteilung*. Siehe: <http://www.forschungsgruppe-soziales.de/pdfs/LFSArbeitsbericht1.pdf> [Stand: 28. Dezember 2007]
- Philipps, A. 2008. *Schablonengraffitis im Stadtgebiet (Teil II). Zweite Erhebung zu Inhalten und Verteilung*. Siehe: <http://www.forschungsgruppe-soziales.de/pdfs/LFSArbeitsbericht2.pdf> [Stand: 23. April 2008]
- Schinto, J. 2004. »American Wall Stenciling 1790-1840« in *American Studies International* 42, 2/3, 298-300
- Zlendich, J. 1991. »The Forgotten Arts: Wall Stenciling (Book Review)« in *Library Journal* 116, 16, 94

Herausgeber: Vorstand der Leipziger Forschungsgruppe Soziales e.V.

Alle Rechte vorbehalten.

Vervielfältigungen und Wiedergaben, auch Ausschnitte, sind durch Angabe der Quelle zu kennzeichnen.

Email: info@forschungsgruppe-soziales.de
 Internet: www.forschungsgruppe-soziales.de