

Die Zeichen auf der Tasse

Graffiti ist dabei, zu großen Teilen erfolgreich domestiziert zu werden. Entscheidende Impulse dafür kommen auch aus den Reihen der Sprayer selbst. Ein Beispiel ist die aktuell im Bethanien stattfindende Streetart-Ausstellung Backjumps, die diesmal besonders konventionelles Graffiti zeigt und Senioren zu ‚Senior Writern‘ machen möchte.

Bevor das alljährliche Kunstherbst-Spektakel beginnt, erlebt Berlin gegenwärtig ein neues Kreativ-Event: den Streetart-Sommer. Im Umfeld der Ausstellung Backjumps, die mittlerweile zum dritten Mal im Bethanien stattfindet, gab und gibt es eine wachsende Reihe von Ausstellungen, Projekten und Showrooms, die alle um das Thema Graffiti und Streetart kreisen und sich über großen Besucherzuspruch freuen können. Kein Wunder, denn „*Graffiti ist in*“ – das hat mittlerweile sogar die Landeskommission Berlin gegen Gewalt erkannt, die in einem Schülerbrief unter dieser Überschrift schreibt: „*Graffiti findet nicht nur ihr gut, sondern auch Erwachsene: wenn es auf Krawatten auftaucht, auf Postern oder in der Krankenkassenwerbung. Ein bisschen Graffiti-Design auf den Espresso-Tassen ist auch o.k.*“

Ein ästhetischer Wert wird mittlerweile gar nicht mehr geleugnet. Gerne kann Graffiti nun auch Kunst sein – es muss nur alles seine Ordnung haben, und das hat es beim Streetart-Sommer. Nachdem beispielsweise im Bethanien im Verlauf der ersten Backjumps-Ausstellung 2003 die Gänge und der Eingangsbereich noch spontan und fast lückenlos zugetaggt wurden und so einer der interessantesten und auf jeden Fall ‚authentischsten‘ Ausstellungsbeiträge entstand, fallen bei der diesjährigen Ausgabe die akkurate Präsentation und saubere Wandgestaltung auf. Die „Bitte nicht taggen“-Schilder braucht man schon gar nicht mehr aufzuhängen: Nachdem 2005 bei Backjumps Nr. 2 die Besucher am Eingang nach Eddings durchsucht wurden, ist die Message offenbar angekommen. Einfach irgendwo unsauber hinzutaggen gilt sowieso zunehmend als unprofessionell, auch unter den Sprayern selbst. Wenn schon ausgestellt wird, dann müssen auch Bilderrahmen her. Aber nicht nur Besucherzahlen und Ausstellungsaufbau von Backjumps oder der Planet Process Show im Senatsreservenspeicher lassen starke Assoziationen zu herkömmlichen Kunstevents aufkommen. Auch inhaltlich bleibt man auf der sicheren Seite und also konventionell. Immerhin, kalkulierte Provokationen, als nette Geschenkpäckchen verpackt, und lustige

Figuren bieten wenigstens garantierten Spaß für Kinder. Auch die Erwachsenen werden daran bestimmt ihre Freude haben. Andere dagegen werden – enttäuscht oder auch nicht – feststellen müssen, dass sogenannte Streetart auch ganz schön vorhersehbar und langweilig sein kann. Das kann man derartigen Ausstellungen aber nicht zum Vorwurf machen, denn das erklärte Ziel dieser Projekte ist es ja, neben der Präsentation verschiedener urbaner Ausdrucksformen insbesondere die Entkriminalisierung von Graffiti voranzutreiben. Und etwas zu entkriminalisieren heißt letztlich nichts anderes, als es als harmlos zu erkennen und auch so darzustellen.

Dass Graffiti, solange es illegaler Vandalismus bleibt und damit die gängigen Verhaltensregeln in Frage stellt, durchaus nicht als harmlos angesehen und deshalb ständig mit neuen und härteren Sanktionen belegt wird, zeigt, welches subversive, die öffentliche Ordnung gefährdende Potential ihm offenbar immer noch innewohnt. Und zwar genau durch die Kompromisslosigkeit, Absichtslosigkeit, Unvorhersehbarkeit und damit Unkontrollierbarkeit, die verloren geht, wenn Graffiti zu Kunst oder Design wird und sich damit wieder klar in herkömmliche Strukturen und Schubladen einordnen lässt. Der insbesondere unter Sprayern beliebte Slogan *„Graffiti is art, not a crime“* gleicht eigentlich einer Entschuldigung. Sie rechtfertigen sich. Sie suchen nach Akzeptanz. Sie machen doch bloß Kunst.

Können dann aber aus den von Baudrillard einstmals als aufständisch beschriebenen Zeichen nicht ganz schnell reine Dekorationsobjekte werden, die nicht mehr gegen die Langeweile unserer Städte gerichtet sind, sondern diese letztendlich mitproduzieren? Wenn man schon morgens Graffiti auf seiner Espressotasse ertragen muss, stört es einen in den Straßen dann nicht mehr oder weniger als jede x-beliebige Stadtmöblierung. Der als unzureichend empfundene Raum wurde ein bisschen verschönert, dann fällt seine Unzulänglichkeit auch nicht mehr so unangenehm auf.

Trotzdem hält sich hartnäckig das Image von Graffiti als spontaner Ausdrucksform des Undergrounds, der Subversion und Revolte. Das Verbotene, das trotzdem gemacht wird, die Revanche der Underdogs – so stellt man sich das Sprayen immer wieder gerne vor. Früher wäre vielleicht der Begriff der ‚Guerilla‘ noch eine passende Beschreibung für das wahllose Markieren öffentlichen Raums gewesen, heute denkt man dabei schon eher an ‚Guerilla-Marketing‘. Denn wie bei jeder schleichenden Vereinnahmung ehemals widerständiger

Subkulturen profitiert vor allem die Werbung davon. Tatsächlich haben zahlreiche Marken, insbesondere Mode- und Lifestylelabels, längst die ‚coole‘ und ‚authentische‘ Formensprache des Graffiti für sich entdeckt und problemlos ins eigene Repertoire übernommen, den Mythos vom Widerstand inklusive. Es ist das alte Spiel: Aus einer spontanen, selbstbestimmten und die Regeln missachtenden Aktion wird das konsumierbare Bild einer spontanen, selbstbestimmten und die Regeln missachtenden Aktion, mit dem man sich über genau deren Abwesenheit zumindest eine Zeit lang ganz gut hinwegtrösten kann.

Dabei ist es jedoch nicht so, dass die Ästhetik von Graffiti ihren Autoren einfach nur entwendet, in neue Kontexte gestellt und ökonomischen Verwertungslogiken unterworfen wird, sondern diese arbeiten fleißig daran mit, indem sie unbedingt vom Rest der Gesellschaft verstanden werden wollen. Eine ganze Reihe von Akteuren treibt den Prozess der Domestizierung daher durch freundliches Entgegenkommen und eine hohe Bereitschaft zu Kompromissen selbst am meisten voran. Legale Flächen und die damit verbundene Legitimation, der Eintritt in den Kunstkontext oder die Akquise bezahlter Aufträge sind für nicht wenige Sprayer Ziele, die es zu erreichen gilt, da sie Sicherheit, Anerkennung und bestenfalls sogar ein Einkommen versprechen. Und sind es nicht auch durchaus verständliche und realistische Ziele? Immer Widerstand leisten zu wollen, kann ungemütlich und ermüdend werden, und Shepard Fairey, der mit seiner „Obey“-Kampagne mittlerweile richtig gut verdient, hat schon Recht, wenn er sagt: *„Von seiner Kunst zu leben, ist viel besser, als irgendeinen langweiligen Job machen zu müssen.“* Genauso realistisch sind allerdings die Befürchtungen anderer Sprayer angesichts solcher Tendenzen. *„Wenn wir um Freiraum bitten, wird unsere Arbeit ihre Substanz verlieren. Unsere Interventionen sind spontan und kommen von innen, wenn wir diese Wurzeln verlieren, werden wir nur noch einfache Hausbemaler sein“*, schreibt einer in einem Internetforum. *„Wer will schon, dass Graffiti akzeptiert wird?“*, fragt ein anderer. Ja, wer will das eigentlich? Vielleicht am ehesten die, die in Graffiti zwar noch immer eine potentielle Bedrohung sehen, weil es sich ihrer Kontrolle entzieht, jedoch mittlerweile erkannt haben, dass es sich auch als nützliches Ventil gebrauchen lässt, mit dem man gefährlichen Druck entschärfen kann, wenn es nur vorsichtig und in Maßen bedient wird. So ließ sich bisher jede unangenehme Bewegung beschwichtigen. Denn wenn etwas erst einmal allgemein akzeptiert ist, lässt es sich auch ganz leicht integrieren. Und wenn es integriert ist, dann lässt es sich umso besser kanalisieren, kontrollieren und für eigene Zwecke gebrauchen. Ein allgemeiner Hype um die Graffitikultur trägt wesentlich mehr zu ihrer Zerstörung bei, als es ein simples Verbot je könnte.

Banksy, aus dem gerade eine Kunstikone wird, veröffentlichte vor einiger Zeit eine an ihn adressierte Email, in der ihn zwei Leute aus einer einfachen Wohngegend Londons baten, seine Sachen in Zukunft woanders zu sprühen, da mehr und mehr Yuppies und Studenten, angelockt von seinen Schablonengraffiti, ins Viertel zögen in der Annahme, es sei jetzt cool. Die durchaus naheliegende Befürchtung der beiden war, dass sie sich bald keine Wohnung mehr in der Gegend leisten können. So sieht sie also heute aus, die viel beschworene „Broken Windows Theory“, laut der das Auftauchen von Graffiti der Anfang eines umfassenden Zerfallsprozesses ist. Wer dann wie und warum welche Stadt zurückerobert, bleibt eine offene Frage.