



Hochschule für Angewandte Wissenschaften Hamburg

*Hamburg University of Applied Sciences*

Fakultät Wirtschaft und Soziales – Departement Soziale Arbeit

„These walls don't lie!“<sup>1</sup>

—

Ein Beitrag zum Phänomen des *New York writing* und  
seinem Verhältnis zum öffentlichen Raum

Bachelor-Thesis

Tag der Abgabe: 23.08.2012

Vorgelegt von: Tim Krüger; [REDACTED]

[REDACTED]

Prüfer: Prof. Dr. Rainer Homann

Zweiter Prüfender: Prof. Dr. Jack Weber

---

<sup>1</sup> Dies ist der Titel eines Songs vom schwedischen Hip Hop Künstler Promoe, der sich oft mit dem Thema Graffiti beschäftigt. Dieser Song handelt von seiner Liebe zum *writing*. Die Geschichte eines jungen Mannes wird erzählt, der vor Leidenschaft brennt und schließlich bei einer Malaktion von einem Zug überrollt wird. Im Refrain heißt es dann: „[...] graffiti writers won't die [...] because these walls don't lie [...]“ (Promoe, 2004)

1.	Einleitung	1
2.	Graffiti	3
2.1	Begriffsbestimmung	3
2.2	“Human culture has been identifying themselves on walls and in places forever.” – Die Vorgeschichte	3
2.2.1	Das Menetekel	4
2.2.2	Der Fall Kyselak	5
2.2.3	Kilroy was here	6
3.	Das <i>New York writing</i>	9
3.1	Strukturelle und gesellschaftliche Bedingungen	9
3.2	“What do everybody wants to strive for? <i>New York style!</i> “ - Die Urgeschichte	12
3.3	Die weitere Entwicklung und Verbreitung	23
3.4	Die zentralen Elemente des <i>writing</i>	26
3.4.1	Das Konzept des <i>styles</i>	26
3.4.2	Der Name als Inhalt	28
3.4.3	<i>Fame - Getting up is the name of the game</i>	31
3.4.4	Illegalität	31
3.4.5	Abrenzung zur <i>street art</i>	33
4.	Öffentlicher Raum – Der Ort des Geschehens	35
4.1	Raumtheoretische Bezüge	35
4.2	Der öffentliche Raum	40
4.2.1	Ökonomisierung des postmodernen öffentlichen Raums	41
4.2.2	Mediatisierung	43
4.2.3	Überwachung und Kontrolle	45
4.2.4	Die Dekonkretisierung des Raums	46
5.	Diskussion	50
6.	Schlussbetrachtung	57

Quellenverzeichnis

Erklärung

## 1. Einleitung

Graffiti gehören heute zu jedem Stadtbild. Obwohl der Begriff Graffiti viele Arten der illegalen Gestaltung von öffentlichen Flächen beinhaltet, verbinden die meisten damit wohl vor Allem die Ästhetik des *New York writing*. Dieses hat in den frühen 1970er Jahre seinen Eroberungszug von New York aus in die ganze Welt angetreten. Noch heute sprühen und schreiben *writer* in dieser Tradition ihre Namen.

*Writing* ist besonders aufgrund seiner Illegalität immer wieder Gegenstand öffentlicher Diskussionen. Auch der sub- bzw. jugendkulturelle Kontext ist oft Thema. Auffallend ist jedoch, dass dabei selten zum Thema wird, welche Rolle die öffentlichen Räume für das *writing* bzw. die *writer* spielen. Umgekehrt wird auch der Einfluss des *writing* auf die öffentlichen Räume abseits der strafrechtlichen Dimension kaum berücksichtigt. Die Perspektive ist zumeist eine problematisierende, geprägt durch die Besitzideologie dieser Gesellschaft und ein hegemoniales ästhetisches Verständnis. Hier soll davon ausgegangen werden, dass vor einer Problematisierung das Verständnis stehen bzw. eine Auseinandersetzung aus verschiedenen Perspektiven stattfinden sollte.

In der wissenschaftlichen Literatur wurden dazu schon viele Beiträge geleistet. Diese konzentrieren sich jedoch zumeist auch auf den jugend- bzw. subkulturellen Kontext oder die strafrechtliche Dimension. Wenn dabei der Zusammenhang zum öffentlichen Raum konkret Beachtung findet, wird der Raum selbst nicht näher in seiner Erscheinung und Wirkung untersucht, was zu neuen Zugängen oder Erkenntnissen führen könnte. Dies soll in dieser Arbeit versucht werden, mit dem Ziel herauszufinden, welche Schlüsse sich daraus für das Verhältnis des *writing* bzw. der *writer* zum öffentlichen Raum und umgekehrt ziehen lassen.

Im Verlauf dieser Arbeit wird also vor diesem Hintergrund, zunächst das Phänomen des *writing* an sich detailliert dargestellt. Dann werden einige raumtheoretische Bezüge hergestellt um dem Leser nahezubringen, dass Raum kein eindeutiger Begriff ist und wie er in dieser Arbeit verstanden wird. Daraufhin wird der Zustand der urbanen öffentlichen Räume in der postmodernen globalisierten Welt kritisch skizziert. Dabei soll es nicht nur darum gehen wie diese sich zeigen sondern auch wie sie auf den Menschen wirken. Abschließend soll mit diesen Erkenntnissen das

*writing* in seinem Verhältnis zu den dargestellten öffentlichen Räumen, die hier immer auch als Raum der gesellschaftlichen Öffentlichkeit verstanden werden, diskutiert werden. Sowohl das Verhältnis der *writer* selbst zu den Räumen als auch das ihrer Werke sollen dabei berücksichtigt werden.

Diese Arbeit soll eine Sicht auf das Phänomen ermöglichen, die dieses verständlicher macht und seine Position im gesellschaftlichen und damit auch räumlichen Gefüge aufzeigt.

## 2. Graffiti

In diesem Kapitel soll zunächst geklärt werden, was unter dem Begriff Graffiti im Allgemeinen zu verstehen ist. Auch soll gezeigt werden, dass das *writing* als Gegenstand dieser Arbeit nicht ohne Vorzeichen entstand. Das sollen einige Beispiele aus der Geschichte verdeutlichen, die bereits Analogien zum *writing* aufweisen.

### 2.1 Begriffsbestimmung

Das griechische Wort „graphein“ (für: kritzeln, schreiben, zeichnen) und das italienische „Graffiare“ bzw. „sgraffiare“ (für: (in die Wand) kratzen, das Gekratzte) standen Pate für den heutigen Begriff des Graffiti (vgl. Steinat, 2007, 12). So bezeichnet der Begriff „Sgraffito“ eine Technik der ornamentalen Fassadengestaltung bei der zunächst eine hellere dann eine dunklere Schicht Putz auf die Wand aufgetragen wird. Danach wird die obere Schicht einer Skizze nach abgekratzt und es werden Teile der helleren Schicht wieder sichtbar (vgl. Behforouzi, 2006, 6; Kagelmann, 1990, 541). Der Terminus Graffiti<sup>2</sup> wurde im 19. Jahrhundert erstmals von Archäologen geprägt (vgl. Hoffman, 1985, 21). In den modernen Sprachgebrauch hat er mutmaßlich Eingang durch ein im Jahre 1967 erschienenenes Buch von Robert Reisner namens „Graffiti, selected scrawls from bathroom walls“ gefunden und gab dem Kind einen Namen (vgl. Kreuzer, 1986, 307). Heute wird der Begriff im Allgemeinen für alle Erscheinungsformen zumeist anonym, illegal bzw. ungefragt angebrachter visuellen Hinterlassenschaften im öffentlichen Raum gebraucht.

### 2.2 “Human culture has been identifying themselves on walls and in places forever.”<sup>3</sup> – Die Vorgeschichte

Verewigungen, Hinterlassenschaften, Botschaften oder Bilder an Wänden bzw. Orten, also Graffiti, haben eine lange Geschichte, eine Geschichte fast so lang wie

---

<sup>2</sup> Eigentlich der Plural von Graffito. Allseits üblich ist jedoch der Gebrauch von Graffiti für sowohl Singular als auch Plural.

<sup>3</sup> (Reiss, 2009, min. 6:55)

die der Menschheit selbst. Immer schon hatten Menschen, wie es scheint, das Bedürfnis oder Gründe genug mittels Hinterlassenschaften mit ihren Zeitgenossen oder der Nachwelt zu kommunizieren bzw. sich selbst kenntlich zu machen. Da ist natürlich an die Höhlenmalereien der frühen Menschen, Signaturen auf öffentlichen Toiletten bzw. Latrinen, das eingeritzte Herz mit den Namen zweier Liebender in der Dorflinde usw. zu denken.

Eine signifikante Häufung an Graffiti im weitesten Sinne ist in der Geschichte je nach geographischer und epochaler Verortung immer erst festzustellen, wenn es sich um mehr oder minder alphabetisierte Gesellschaften handelte. So finden sich auch im antiken Griechenland und im römischen Reich Beispiele für Graffiti. Berühmtheit erlangten z.B. die Dipinti und Graffiti aus Pompeji, wohl auch aufgrund ihrer sexuellen Freizügigkeit. Im Mittelalter lassen sich ab dem 11. Jahrhundert lediglich vereinzelte Wandkritzeleien feststellen, während ab dem 15. Jahrhundert vermehrt geritzte Rötel- oder Schwarzstiftgraffiti auftauchen (vgl. Alber, 1997, 299).

Im Folgenden werde ich einige historische Beispiele aufführen, die bemerkenswerte Analogien zu Merkmalen des *writing* aufweisen. Obwohl dieses erst später vorgestellt wird, sollen die Beispiele im Hinblick darauf eine gewisse Stringenz in die Entstehungsgeschichte des Phänomens bringen und verdeutlichen, dass dieses keine jungfräuliche Geburt war bzw. nicht ohne Vorzeichen entstand.

### **2.2.1 Das Menetekel**

Im Buch Daniel (Kapitel 5) des Alten Testaments ist die Geschichte von Belsazars Gastmahl zu finden. Dieser, Sohn des Nebukadnezar, veranstaltet ein großes ausladendes Fest und lässt dort aus den heiligen goldenen und silbernen Gefäßen trinken, die sein Vater aus dem Tempel Jerusalems mitgebracht hatte. Da erscheint eine menschliche Hand und schreibt an eine gut beleuchtete Stelle etwas an die Wand des königlichen Festsaales. Sofort lässt Belsazar die weisesten und gelehrtesten Männer des Hofes kommen um sie die Worte entziffern und deuten zu lassen. Doch sie können weder die Schrift lesen, noch dem König etwas über die Bedeutung sagen. Erst der dann herbeigerufene Prophet Daniel, der als erleuchtet, klug, weise und mit dem Geist der Götter ausgestattet gilt, kann behilflich sein. Er liest die Worte ‚*Mene, mene, Tekel, U-pharsin*‘.

*„Und sie bedeutet dies: Mene, das ist Gott hat dein Königreich gezählt und vollendet. Tekel, das ist: man hat dich in einer Waage gewogen und zu leicht gefunden. Peres, das ist: dein Königreich ist zerteilt und den Medern und Persern gegeben“ (Daniel 5, 26-28).*

Noch in derselben Nacht wurde der König getötet. Ein Menetekel gilt im heutigen Sprachgebrauch als schlechtes Omen, als Mahnruf für bevorstehendes Unheil. Interessant im Zusammenhang dieser Arbeit ist bei dieser Geschichte, dass das Menetekel zwei essentielle Merkmale der *writing* besitzt. Es wurde anonym angebracht und wirkt unabhängig von seiner Botschaft, da König Belsazar bereits vor Schreck erstarrt, bevor er über die Bedeutung der Schrift an seiner Palastwand weiß. Die Erscheinung der Hand, die etwas schreibt ist Grund genug. Der Akt des Anbringens an sich ist bereits ein Affront gegen herrschende Machtverhältnisse und gesellschaftliche Tabus (vgl. Alber, 1997, 298).

### **2.2.2 Der Fall Kyselak**

Anfang des 19. Jahrhunderts bekam es das Kaisertum Österreich mit Joseph Kyselak zu tun. Dieser führte zunächst eine unscheinbare Existenz als Staatsdiener und Spießbürger in Wien, wo er geboren war und auch später an der in Wien grassierenden Cholera sterben sollte. Nach Jahren des unbefriedigenden Praktikantendaseins in der Behörde wo auch sein Vater arbeitete wurde ihm die Gnade einer Festanstellung zuteil. In den folgenden Jahren nutzte er seine Urlaube für ausgedehnte Fußreisen quer durch das Kaiserreich. Sein Tagebuch bzw. seine Reiseberichte erschienen im Jahre 1829 in zwei Bänden (vgl. Staguhn, 2007). Das Buch *„[...] erschöpft sich in halbromantischer, klischeehafter Naturbeschreibung, besitzt keinerlei dichterische Kraft, ist zudem vollkommen witz- und ironiefrei“* (Staguhn, 2007). Sein Autorentalent hielt sich also Grenzen und genügte nicht um ihn heute in der langen Reihe der berühmten Junggesellen des 19. Jahrhunderts<sup>4</sup> zu nennen. Was ihm dennoch zu gewisser Prominenz verhalf, war sein für die damalige

---

<sup>4</sup> Z.B. Gogol, Beethoven, Schubert, Brahms, Schopenhauer, Kierkegaard, Nietzsche, Grillparzer, Balzac, Busch, Delacroix, etc.

Zeit eigenartiger Spleen auf seinen Reisen überall im Kaiserreich seinen Namen an exponierten Stellen in roter oder schwarzer Lackfarbe anzubringen (vgl. Staguhn, 2007).

*„Groß stand KYSELAK etwa auf den Felsen des Leopoldbergs geschrieben, von den vorbeifahrenden Donauschiffen aus gut sichtbar, ebenso auf den Ruinen des Schwarzen Turms bei Mödling oder an den Kirchen in Perchtoldsdorf und in Kilb im Mostviertel“ (Staguhn, 2007).*

Soweit die dürren Fakten, der Rest ist wohl eher Legende. Angeblich war eine Wette mit seinen Kaffeehauskumpanen der Auslöser für seine Schreibereien. Er behauptete innerhalb von höchstens drei Jahren im ganzen Land bei jedermann bekannt zu sein. Schon nach einem Jahr hätten die Freunde einräumen müssen die Wette verloren zu haben. Bemerkenswert ist, dass er auf seinen Reisen scheinbar kaum Kontakt zu Menschen suchte und sehr schnell reiste. Dieser Umstand lässt vermuten, dass es ihm weniger um den Genuss der Reise an sich ging, sondern darum, seinen Namen an so vielen Stellen bzw. Orten wie möglich anzubringen. Was Kyselak von all den Reisenden, Liebenden, oder gelangweilten Schülern, die sich an beliebigen Orten verewigen bzw. ein Andenken verschaffen, unterscheidet, ist seine Vorsätzlichkeit und seine Botschaft. Sein Name sollte - er wollte bekannt werden (vgl. Staguhn, 2007). Seine Hinterlassenschaften waren nicht Ergebnisse eines spontanen Ausdrucks, sondern des klaren Zieles, der Verbreitung seines Namens, *„[...] um die Reproduzierbarkeit des Gleichen“ (Staguhn, 2007).* Sein Name sollte sich seine eigentliche Funktion erheben und zu einer Art Logo oder Marke werden. Dieses Motiv findet sich heute wieder als einer der Grundpfeiler der *writing*-Kultur, als die Jagd nach *fame* (siehe auch Kapitel 3.4.3), nach Ruhm und Anerkennung. Dies macht Kyselak zum ersten *tagger* der Geschichte.

*„Die writer sollten ihm ein Denkmal sprühen [...]“ (Kreuzer, 1986, 193)*

### **2.2.3 Kilroy was here**

Ein letztes recht berühmtes Beispiel ist der Spruch „Kilroy was here“, der während des 2. Weltkriegs quer durch Europa, die USA und halb Asien auftauchte. Eine Theorie über die Bedeutung dieses Spruches deutet Kilroy nicht als Namen einer Person, sondern als codierten Aufruf zum Sturz der Monarchie. Dagegen spricht,



dass er immer dort auftauchte wo amerikanische Soldaten vorbeikamen; und die USA haben bekanntlich keine Monarchie (vgl. Behforouzi, 2006, 15).

*„...cut the name in two and it is he (...) who killed the king (killroi)...“  
(Kreuzer, 1990, 146; zit.n. Behforouzi, 2006, 15).*

Die am meisten verbreitete Annahme geht davon aus, dass es sich um einen James J. Kilroy gehandelt hat, der als Dockarbeiter bei der US Marine den Baufortschritt bzw. dessen Abschluss kontrollierte und inspizierte Teile mit „Kilroy was here“ markierte. Dadurch verbreitete sich sein Name schnell auf allen Stützpunkten der Marine, die die Schiffe ansteuerten. Er verselbstständigte sich und die GIs fingen an den Spruch überall zu hinterlassen wo sie während des Krieges eingesetzt wurden; *„[...] sogar auf dem Spiegel in Hitlers einstigem Aufenthaltsort in Berchtesgaden“* (Behforouzi, 2006, 15) oder auf der Potsdamer Konferenz 1945 in der Toilette, die für die großen Drei (Churchill, Truman und Stalin) reserviert war. Der Geschichte nach kam Stalin am zweiten Konferenztag aufgeregt von der Toilette und stellte einem seiner Mitarbeiter die Frage, wer „Kilroy“ sei (vgl. Kreuzer, 1986, 178).

Diese Erklärung ist die Wahrscheinlichere. Unstrittig ist jedoch, dass „Kilroy“ überall da auftauchte, wo auch die US Truppen eingesetzt waren. Der Spruch wurde in den meisten Fällen noch mit einem scheinbar über eine Mauer linsenden Kopf im Stile eines Strichmännchens verziert. Aufgrund der riesigen Verbreitung des Schriftzugs und seiner - zu damaliger Zeit - Einzigartigkeit hat er Eingang in das kollektive Bildgedächtnis der Nachkriegswelt gefunden. Wohl die meisten von uns haben ihn schon einmal gesehen.

Dadurch, dass nicht eine Person seinen Namen, sondern viele Personen einen Namen an so vielen Orten wie möglich hinterließen, konnte „Kilroy“ sich in einem solchen Ausmaß verbreiten. Damit war natürlich die Wirkung enorm, wurde die Zahl der Rezipienten maximiert. Ebdies ist einer der Gründe warum sich viele *writer* in sogenannten *crews* (siehe auch Kapitel 3.2) zusammenschließen bzw. organisieren. So können sie, indem sie einen gemeinsamen Namen malen, eine größere Präsenz im Stadtbild erreichen, was zu einem der Grundmotive eines jedes *writer's* gehört. Eine weitere Analogie zum *writing* lässt sich bei „Kilroy“ in dem Strichmännchen ausmachen. Während Kyselak sich auf die Schrift beschränkte wurde hier die Schrift bzw. die Botschaft noch mit einer Zeichnung versehen bzw. unterstrichen. Auch im

*writing* ist es üblich seinen Namen noch mit „[...] *figürlichen Elementen in stilistischer Anlehnung an Cartoon, Comic und Zeichentrickfilm* [...]“ (Alber, 1997, 511), sogenannten *characters*, zu ergänzen. Das „Kilroy Männchen“ selbst ist sogar in vielen *pieces* als einer dieser *characters* zu finden, was dessen Eindruck und Einfluss auf die Kultur des *writing* nochmal verdeutlicht.

### 3. Das *New York writing*

Im Folgenden wird das Phänomen des *New York writing* ausführlich vorgestellt. Dies beinhaltet die Bedingungen seiner Entstehung, die Geschichte seiner Entstehung, seine weitere Entwicklung und Verbreitung, sowie die Erläuterung seiner zentralen Elemente.

#### 3.1 Strukturelle und gesellschaftliche Bedingungen

Die Entstehungszusammenhänge des *writing* sind zuvorderst in den gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedingungen der USA, hier im Speziellen New Yorks, Ende der 1960er – Anfang der 1970er zu suchen. Die *writing*- bzw. Hip Hop Kultur kann als Produkt der postindustriellen Umwälzungen dieser Zeit bezeichnet werden.

In den USA zeigten sich als Erstes die Auswirkungen einer international stattfindenden De-Industrialisierung, die unter Anderem die Zunahme weltweiten ökonomischen Wettbewerbs, technologischer Innovation, Zunahme internationaler Finanzströme und Wellen von Arbeits- und Flüchtlingsmigranten beinhaltete bzw. zur Folge hatte (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 55f). Dies zog eine Reihe von Transformationsprozessen nach sich.

*„Diese Prozesse provozieren nicht nur weltweite Neustrukturierungen von wirtschaftlichen, sozialen und politischen Einheiten, sondern forcieren auch die umfassende Krise vor allem städtischer Agglomerationsräume“*  
(Klein/Friedrich, 2003, 56).

Zu spüren bekamen dies in den USA bzw. New York vor Allem die ethnischen Minderheiten, nämlich die Afroamerikanische und Hispanische Bevölkerung. Besonders die Jugendarbeitslosigkeit nahm z. B. aufgrund von Einsparungen im (Aus)Bildungssektor rasant zu (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 55ff; Schierz, 2008, 343). Im Folgenden soll kurz exemplarisch auf die konkreten Bedingungen, Veränderungen und deren Folgen in der South Bronx als Entstehungsort der Hip Hop- bzw. *writing* kultur eingegangen werden.

Viertel wie Brooklyn, hauptsächlich jedoch die South Bronx waren seit den 1960er Jahren diversen Entwicklungen unterworfen, die nahezu eine Zersetzung der wirtschaftlichen und sozialen Verhältnisse auslöste. *TRACY 168* konstatiert:

*“They actually let the Bronx die“* (Reiss, 2009, min. 5:41).

Bereits in den 1950er Jahren hatte sich eine regelrechte Untergrundökonomie etabliert, die Drogenhandel, Kreditgeschäfte, Schutzgelderpressung und dergleichen, zumeist in Gangzusammenhängen, umfasste. In den 1960er Jahren begannen lokale Fabriken zu schließen. Dies führte in erster Instanz natürlich zu einer drastisch ansteigenden Arbeitslosigkeit junger Männer. Infolge dessen konnten diese ihre Familien nicht mehr aus eigener Kraft ernähren und verließen sie – in ihrem Stolz und Selbstverständnis verletzt. Zeitgleich „flüchteten“ die Familien, die es sich leisten konnten z.B. in die North Bronx, wo bis dato vornehmlich Weiße mit jüdischem, italienischem oder irischem Hintergrund lebten. So verstärkte sich der segregative Prozess noch. Weiterhin wurden immer mehr städtische Sozial- und Infrastrukturleistungen geschlossen.

*„Teile der von afroamerikanischer und hispanischer Arbeiterklasse bevölkerten Bronx wurden von offizieller Seite schlichtweg ausbluten gelassen und koordiniert ghettoisiert. In gewisser Weise verschwanden sie von den offiziellen Karten und dienten zeitweise höchstens noch als Impulse für den Verweise (sic!) auf eine Antikultur und gesellschaftliche Anomie, die eines neuen Steuerungsmodells bedürfte“* (Schierz, 2008, 344).

Dessen nicht genug trugen „redlining“-Praktiken<sup>5</sup> von Banken und Versicherungen, das Niederbrennen von Häusern zur Sicherung von Versicherungsprämien zum Zerfall des öffentlichen Raums und der Korrosion der sozialen Strukturen in der South Bronx bei (vgl. Schierz, 2008, 343ff). Diese erinnerte zu jener Zeit mehr an

---

<sup>5</sup> *Redlining* bezeichnet eine diskriminierende Praxis von zumeist Banken und Versicherungen bei der bestimmte Stadtgebiete auf der Karte rot ummalt werden. Innerhalb dieses Gebietes soll dann nicht mehr investiert oder der Zugang zu Versicherungsleistungen erschwert werden. Diese Praxis wurde in USA zumeist auf Gebiete angewendet in denen vornehmlich ethnische Minderheiten lebten. Später wurde das *redlining* auch auf Personengruppen wie z.B. Homosexuelle ausgeweitet und nicht nur geographisch angewendet (vgl. Hunt, 2005)

Dresden nach dem 2. Weltkrieg, als an ein Wohngebiet in der größten und reichsten Industrienation unserer Zeit, was auch der *writer LAVA* so beschreibt:

„*The city back then was like, phuuuh, trash. I mean when you went into the Bronx it looked like you was walkin' into World War II, like Germany when it was gettin' hit*“ (Reiss, 2009, min. 5:30).

Mittelbar ist auch hier schon die Untrennbarkeit von *writing* und öffentlichen Räumen ersichtlich. *Writing* ist unbedingt abhängig von ihnen und kann bei trennscharfer Betrachtung nicht ohne sie gedacht, schon gar nicht gemacht werden. Öffentliche Räume sind gewissermaßen im „Gencode“ des *writing* verankert. Dass *writing*, wenn man es vor dem Hintergrund seiner inneren Logik betrachtet, nicht nur in öffentlichen Räumen, sondern auch illegal stattfinden muss, soll an späterer Stelle erläutert werden.

Diese Orte des symbolischen und tatsächlichen Ausschlusses brachten nun die Hip Hop Kultur und das *writing* als Teil von ihr hervor. Die vermeintlich hemmenden, in keinem Fall fördernden Verhältnisse, entfachten eine ungeahnte Kreativität und Aktivität bei den Jugendlichen. Sie ermöglichte es den Jugendlichen trotz des Zerfalls der Strukturen um sie herum positive Identitäten auszubilden und sich nicht dem Konsum, sich auf dem Vormarsch befindender Drogen<sup>6</sup> oder einer Gangkarriere zu widmen (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 56; Schierz, 2008, 344f). Auch barg die Entwicklung dieser Subkultur Möglichkeiten trotz all der gesellschaftlichen Ausgrenzung und Marginalisierung gesellschaftlichen Status innerhalb einer Gemeinschaft zu erlangen. Schierz spricht sogar davon, dass Hip Hop es ermöglichte „[...] jugendkulturell einen Teil der bürgerlichen Karriereideologie [...]“ (Schierz, 2008, 345) nachzuleben. Die Jugendlichen machten das selbst, was jede Jugendarbeit anstrebt<sup>7</sup>. Ob das Entstehen einer Kultur mit solchen Eigenschaften

---

<sup>6</sup> Insbesondere Crack, das zu dieser Zeit die Ghettos der USA regelrecht überschwemmte. Die Folgen waren katastrophal. Crack und seine zerstörerische Wirkung zog einen massiven Anstieg des Drogenhandels, der Gewalt und Beschaffungskriminalität nach sich, ganz zu schweigen von den weiteren sozialen Folgen, wie z.B. kaputten Familien.

<sup>7</sup> Heute wird Hip Hop bzw. seine praktischen Disziplinen (Breaking, MCing, DJing und Writing) häufig in der Jugendarbeit genutzt. Natürlich schlicht deshalb weil es immer noch die größte Jugendkultur darstellt aber

eher als glücklicher Zufall für viele Jugendliche oder als folgerichtig (und trotzdem glücklich) zu betrachten ist, kann unterschiedlich gesehen werden.

### 3.2 “What do everybody wants to strive for? New York style!”<sup>8</sup> - Die Urgeschichte

Obwohl das *tagging* nach einhelliger Meinung erstmals in Philadelphia praktiziert wurde<sup>9</sup>, hatte es seinen Wendepunkt zu einem Massenphänomen mit eigenen kulturellen Praktiken erst in den folgenden Zusammenhängen und Ereignissen

Mitte/Ende der 1960er Jahre begannen Jugendliche in New York ihre Namen an Hauswände, Türen usw. in ihrer Nachbarschaft zu schreiben, „[...] *but instead of their given names, they chose nick names, creating a public identity for the street*“ (Cooper/Chalfant, 1984, 14). Dieser Akt hatte zu diesem Zeitpunkt, oft auch noch in Gangzusammenhängen, primär eine territoriale Funktion. Den entscheidenden Schub erfuhr dieses lokale Phänomen einiger Jugendlicher durch einen Zeitungsartikel in der *New York Times* vom 21. Juli 1971. In dem Artikel ging es um einen Jugendlichen mit griechischen Wurzeln aus der 183. Straße in Washington Heights, der als Bote in ganz New York herumkam und überall sein Kürzel *TAKI 183* hinterließ. Sein Name kam so im Gegensatz zu den Anderen über sein Viertel hinaus. Er schrieb es innen und außen an die U-Bahn, in die Stationen, an Gebäude, überall wo er vorbeikam. Innerhalb von Wochen nach Erscheinen dieses Artikels explodierte die Anzahl der *tags* in New Yorks Straßen und dem gesamten U-Bahn-System. *TAKI 183* dazu:

---

auch aufgrund der oben angedeuteten Möglichkeiten für das Erleben von Selbstwirksamkeit, dem Erlernen von Beharrlichkeit, Ehrgeiz usw.

<sup>8</sup> *T-Kid* über seinen *style* und was New York damit zu tun hat: „*My style is my style and it's New York style and that's the basis für everything that's out there when it comes to spraypaint graffiti. New York style! What do everybody wants to strive for? New York style! Why? Because it's the style!*“ (Thouw, 2007, min. 6:38)

<sup>9</sup> So wird oft *Cornbread* aus Philadelphia als der erste *tagger* genannt. Dieser hatte im Gegensatz zu der Form der ersten New Yorker *tagger* keine Ziffern als Hinweis auf seine Herkunft in seinem Namen. Auch sahen seine *tags* schon eher aus als hätte er sie nicht nur als Vehikel zur Verbreitung seines Namens sondern auch nach ästhetischen, kalligraphischen Gesichtspunkten gestaltet. Sie kamen also der heutigen Form des *tags* näher als die für die Entstehung der weltweiten *writer*-Kultur maßgeblichen *tags* in New York. Dies stellt zwar ein Paradoxon dar, ist aber zu vernachlässigen.

*„I was hitting the Eastside a lot, where a lot of people worked on newspapers or magazine I guess I'm the guy who made it popular, 'cause I hitted the right place at the right time“ (Reiss, 2008, min. 5:10).*

Dem Beispiel aus der Zeitung folgend, welches ihnen gewahr gemacht hatte, dass sie eine Möglichkeit hatten sich in der ganzen Stadt bekannt zu machen<sup>10</sup>, hatten hunderte Jugendliche<sup>11</sup> begonnen ihren Namen über die Grenzen ihrer *hood* hinaus zu verbreiten (vgl. Cooper/Chalfant, 1984, 14).

Hier wird deutlich, wie schon zu Beginn der hier erzählten Geschichte die Medien, in diesem Fall noch szeneeextern, eine entscheidende Rolle spielen (siehe auch Kapitel 3.3). Das *writing* hatte so gesehen seinen Zündfunken durch ein Mainstreammedium und nicht durch informellen und persönlichen Austausch erhalten.

Das Phänomen hatte sich von einem „[...] sozialräumlich begrenzten Spiel einiger Jugendlicher [...]“ (Schnoor, 2009, 22) in einen Nachbarschaftsgrenzen sprengenden Wettstreit um Quantität der *tags* und Platzierung an besonders exponierten und den unmöglichsten Stellen verwandelt. Eines der Grundmotive des *writing* war geboren: *getting up* (vgl. Cooper/Chalfant, 1984, 14; Behforouzi, 2006, 17), im Wettbewerb „oben sein“, in aller Munde und Blickfeld sein. Dieses Ziel dient der Erlangung von Ruhm und Anerkennung (*fame*) in der Szene (siehe auch Kapitel 3.4.3.). *Smash* aus der Schweiz fasst den Gedanken pragmatisch zusammen:

*„Du kannst in einer Nacht hundert tags machen. Das heißt innerhalb von einer Nacht kannst du ‚up‘ sein. Wenn du's richtig machst (...) und in einer Nacht die richtigen Stellen tagst, (...) jeder wird über dich sprechen, jeder sieht die tags“ (Thouw, 2007, min. 13:22)*

---

<sup>10</sup> Obwohl es gemeinhin als Fakt gilt, dass erst nach Erscheinen des Artikels das ‚tagging‘ explodierte bzw. ‚TAKI 183‘ erst aufgrund des Artikels nachgeahmt wurde, heißt es in dem Artikel: *„He has spawned hundreds of imitators [...]“*

<sup>11</sup> Zu Beginn handelte es sich bei den Akteuren nur/hauptsächlich um Jugendliche „Hispanics“ und Afroamerikaner, da diese in den entsprechenden Stadtteilen lebten, wo das Phänomen begann. Schnell mischten sich jedoch alle Ethnien und sozialen Schichten (vgl. Cooper/Chalfant, 1984, 41; 50). Offensichtlich hatte Graffiti seinen Reiz auf alle Jugendlichen und die ethnische und gesellschaftliche Herkunft war nicht weiter von Bedeutung.

Ob *Taki 183* tatsächlich der Erste war, der das *tagging* derart zelebrierte ist streitbar<sup>12</sup>. Für die Entwicklung der *writing*-Kultur, ihrer Folklore und ihrem Traditionskanon jedoch kommt *Taki 183* der Titel des ersten *taggers* zu.

Der Wettbewerb unter den Jugendlichen, die sich mittlerweile *writer*<sup>13</sup> nannten, trieb immer neue Blüten. Die schiere Menge an *tags* zwang den ambitionierten *writer* sich etwas einfallen zu lassen, was über die geschickte Platzierung hinaus ging, um aufzufallen, rezipiert zu werden. Alber meint, dass anfangs das Primat der Lesbarkeit und Sichtbarkeit - er nennt es visuelle Dominanz - galt und stilistische Gesichtspunkte kaum eine Rolle spielten (vgl. Alber, 1997, 527). Freilich ist dieser Aussage in Bezug auf die anfängliche Vernachlässigung ästhetischer Ausgestaltung zuzustimmen. Jedoch hat diese gerade wegen des stärker werdenden Wettbewerbs an Bedeutung gewonnen. Durch die Entwicklung eigener ‚*Styles*‘ (siehe auch Kapitel 3.4.1), eines unverkennbaren Stils, einer eigenen Handschrift und der immer differenzierter werdenden typographischen bzw. kalligraphischen Gestaltung der *tags*, sollte visuelle Dominanz erreicht werden. Der Betrachter musste dadurch nicht mehr lesen sondern konnte auf rein ästhetischer Ebene ein *tag* erkennen. Dieser Punkt ist auch oder sogar noch mehr entscheidend bei der späteren Form des *piece*. *Harald P.* weist darauf auch im Film „Unlike U – Trainwriting in Berlin“ hin:

„Also ‘n guter Style muss einfach mal innovativ sein. Das muss ‘n eigener Style sein. Dass man von Weitem erkennt, egal was man für Buchstaben gemalt hat, aha, das is‘ von dem und dem“ (Birg/Regel, 2011, min. 21:16).

Die Schrift als reiner Informationsträger des Namen und der Herkunft wurde zur Form (siehe auch Kapitel 3.4.2). Als bald entdeckten die *writer* Sprühdosen (*cans*) als Mittel der Wahl, ihren Namen und somit auch ihre Präsenz wachsen zu lassen, ihnen

---

<sup>12</sup> Auch *TAKI 183* selbst nennt in dem New York Times Artikel die Form von *JULIO 204*, der wohl schon einige Jahre zuvor außerhalb seiner *hood* und später sogar außerhalb New Yorks *getagged* hatte, als Inspiration für seine Aktivitäten. (siehe auch: Alber, 1997, 523)

<sup>13</sup> Wobei hier nicht mit absoluter Sicherheit behauptet werden kann, dass sie sich selbst *writer* nannten oder, ob die Medien bzw. die Gesellschaft sie so „taufte“. So hält Ramm-ΣII-ZΣΣ‘ dagegen: „*We didn't call ourselves writers, society called us that. We called ourselves bombers [...]*“ (Reiss, 2008, min. 9:02). Scheinbar gibt es dazu auch unter den Pionieren keine einhellige Meinung.



sogar Farbe zu geben. (vgl. Behforouzi, 2006, 17; Cooper/Chalfant, 1984, 17) Das Phänomen gewann dadurch im wahrsten Sinne noch einmal an Fahrt und drängte nun mit aller Macht in das Bewusstsein und in die Wahrnehmung aller New Yorker und der Welt. Durch den Einsatz der *cans* konnten nun große Flächen in kurzer Zeit bemalt werden. Die anfänglich relativ kleinen *tags* verwandelten sich schnell in große, bunte und immer aufwendiger gestaltete Bilder bzw. Schriftzüge, die von nun an bevorzugt außen an U-Bahnen angebracht wurden<sup>14</sup>. Innerhalb von nicht einmal eines Jahres fuhr in New York kaum noch eine U-Bahn, die nicht besprüht war. Fuhr ein *piece* ersteinmal, brauchte der Zug ca. vier Stunden von der Bronx über Manhattan bis nach Brooklyn; es war die ultimative Galerie (vgl. Cooper/Chalfant, 1984; Thouw, 2007, min. 40:15). „Der Name war nicht mehr ortsgebunden, [...]“ (Behforouzi, 2006, 17). Die neue Form des *piece*, kurz für *masterpiece*, war entstanden.

*Writer* wie z.B. *Barbara 62* oder *Top Cat 126* malten bereits 1971 erste einfache, noch relativ kleine Bilder, die der Form des *pieces* schon recht nahe waren und versuchten so durch simple Schmuckelemente oder stilistische Variation den simplen *tags* der Konkurrenz voraus zu sein. *Top Cat* beispielsweise war bekannt für seinen *broadway elegant* oder *platform letters* genannten Stil, der sich durch lange schlanke Buchstaben, die auf kleinen Sockeln zu stehen scheinen, auszeichnete (vgl. Alber, 1997, 511).

Das erste richtige *piece* hat wohl *SUPERKOOL* im Jahre 1972 zu verantworten. Man sagt ihm nach, er hätte die Idee gehabt die Sprühaufsätze (*caps*) der *cans* auszutauschen und z.B. statt des Standardaufsatzes (*skinny caps*; wegen der schmalen Strichbreite) den Aufsatz von Haushaltsreinigern zu benutzen, die einen sehr breiten Strich ermöglichten (*fat caps*) und zum schnellen ausfüllen größerer Flächen geeignet waren. In der Folge wurde mit immer mehr verschiedenen *caps* und Sprühtechniken experimentiert, so dass immer ausgefeiltere typo- und kalligraphische Designs, in Größe, Farbe und Form nicht mehr eingeschränkt, möglich wurden. In dem Zuge entwickelten sich auch die in Kapitel 2.2.3 erwähnten *characters* (vgl. Behforouzi, 1997, 17f). Die *pieces* verbreiteten sich schnell und so

---

<sup>14</sup> *Stay High* hatte zuvor als erster begonnen sein *tag* an die Aussenseiten der U-Bahnen zu schreiben.

kam es 1973 aufgrund der immer größer und natürlich besser werdenden Konkurrenz zu den *style wars*, „[...] in deren Verlauf die *pieces* an Größe, Schönheit, Brillanz, Vielfalt und technischer Perfektion zunahmen und neue Stile und Subway-Graffiti-Formen entstanden“ (Behforouzi, 2006, 19).

Zu nennen wären da beispielsweise der *Bubble Style*, der sich durch sehr runde und weiche Buchstabenformen, eben blasenähnlich, auszeichnete; oder der *Wild Style*, der sehr komplex und schwer leserlich ist und sich durch ein energetisches, eher aggressiv anmutendes Gesamtbild auszeichnet. (vgl. Cooper/Chalfant, 1984, 66; Behforouzi, 2006, 18) Beim *Wild Style* ist die Verbildlichung der Schrift am weitesten fortgeschritten und das geschriebene Wort wird zum Ornament (vgl. Kreuzer, 1986, 448f). Diese und andere „Ur-Stile“ sind noch immer Grundlage bzw. Inspiration für die meisten heute entstehenden Bilder<sup>15</sup>.

Von nun an handelte es sich um das Phänomen, an dessen Ästhetik beinahe jeder denkt, wenn er das Wort Graffiti in den Mund nimmt.

Bei den *pieces* kam es nun nicht mehr so sehr auf das quantitative Aufkommen des eigenen Namen in der Stadt an, sondern auf die Aufwendigkeit und Virtuosität des Bildes. Der *style* eines *writers* wurde zum wichtigsten Attribut. Es wurde auch weiterhin auf Wänden gemalt. Die Königsdisziplin war und ist jedoch das *trainwriting*. Einerseits aufgrund der Tatsache, dass die *pieces* so beweglich sind und die Kommunikation durch die ganze Stadt möglich ist. Das *trainwriting* war eine Art der Fern- und Massenkommunikation. Andererseits weil es weitaus riskanter und schwieriger ist an einen Zug zu kommen und ihn dann auch noch zu bemalen, da diese gesichert und bewacht sind, während man bei einer Wand lediglich achtgeben muss, dass niemand zufällig vorbei kommt. Es ist also ein höherer Einsatz und Aufwand nötig um einen Zug zu bemalen. Tracy 168, als Pionier der ersten Generation von *writern*, beschreibt den Moment, in dem er begriff, was für ein kommunikatives Potential darin besteht, auf Züge zu malen so:

---

<sup>15</sup>Z.B. *straight letters* oder *3D style*, dessen sich Anfang der 1990er Jahre insbesondere Daim und Loomit, zwei deutsche *writer*, annahmen. Diese brachten den *3D Style* zur Perfektion und wurden so nicht nur innerhalb der Szene weltbekannt. Beide sind heute nicht mehr illegal aktiv und verkaufen ihre Werke auf Leinwand, fertigen Auftragsarbeiten an oder sind sonst wie graphisch tätig. Eine dieser Arbeiten von Daim ist bei der Einfahrt in den Hamburger Hauptbahnhof zu sehen.

„I took a tag and then I thought I'd never see it again. Maybe in the afternoon we're on our way back and I looked on a train and I've seen my name on the train again and I went: 'ouooooooooohhh'. I thought there was endless amount of train I couldn't believe I saw my name again and I got a rush. And there was a tag next to it sayin' somethin'. Somethin' like: 'What's up!?' And they went: 'Hey what's goin' on?!', from Brooklyn. Wow! This is the greatest thing!“ (Reiss, 2009, min. 12:00)

Mittels der Züge kommunizierten die *writer* aus verschiedenen Teilen der Stadt miteinander. Die Bahnlinien wurden wie ein Netz aus Kommunikationsadern genutzt. Man konnte so, ohne sich selbst dorthin bewegen zu müssen, bis ans andere Ende der Stadt verbreiten. Das Verhältnis der Bilder zum Raum wurde so und nicht zuletzt durch die Veränderung des Verhältnisses von Raum und Zeit ein anderes. Ein Bild an einer Wand muss gewissermaßen auf seine Betrachter warten. Das Bild auf einem Zug bewegt sich zu ihnen hin. So verbreitete sich der eigene Name, unabhängig davon wo das Bild gemalt wurde, nicht mehr nur in konzentrischer Ausbreitung um den jeweiligen Wohnort, sondern auch kreuz und quer in hohem Tempo in der ganzen Stadt. Der Wettbewerb um Raumnahme mittels der Graffiti manifestierte sich auf den verschiedenen Bahnlinien.

Die *writer* schlossen sich zu *crews* zusammen um so unter einem gemeinsamen Namen die visuelle Kontrolle über einzelne Linien zu erlangen. Wohl auch zu diesem Zweck entwickelte sich die Form des *throw ups*. Dies sind im Grunde um ein vielfaches vergrößerte tags. Den Buchstaben wurde mittels der *cans* Fläche verliehen, diese wurden dann noch einmal in einer zweiten Farbe umrandet bzw. konturiert (*outlines*). Ein *throw up* lässt sich besonders schnell anbringen und erzählt dabei im Verhältnis einen maximalen Effekt. Sie sind deshalb neben den tags auch heute noch das Mittel der Wahl, wenn es darum geht, in möglichst kurzer Zeit maximale Präsenz in der Stadt zu erlangen. Dieses Vorgehen wird als *bombing* bezeichnet. War die Macht über eine Linie erst einmal an sich gerissen, wurde dieser Anspruch mit den aufwändigeren *pieces* nach und nach untermauert.

Da jeder *writer* und auch *crews* eigene Stile repräsentierten hatte jede Linie ihre eigene Ästhetik. Manche *writer* etablierten sich als *kings of the line* und prägten mit ihrem *style* ganze Generationen, die nach ihnen auf dieser Linie malten. Sie eiferten den *kings*, den Szenegrößen, die besonderen Ruhm genossen, nach, immer mit dem

Ziel, selbst einmal ein *king* zu werden. *IN* wurde von den *writern* damals zum *king of everything* gekürt, weil er ca. 10000 *throw ups* in ganz New York gemalt haben soll (vgl. Alber, 1997, 511). Dieser und ähnliche Titel (*king of style, king of the city* usw.) wurden tatsächlich mehr oder weniger offiziell vergeben. Die *writer* stimmten auf vereinbarten Treffen darüber ab, wem der jeweils zu vergebene Titel verliehen werden sollte (vgl. Kreuzer, 1986, 180ff). Die Kriterien dafür waren Qualität und Quantität (*the best and the most*). Allerdings musste man einen solchen Titel auch verteidigen, sonst bekam ihn jemand anderes zuerkannt.

Eine *writer*-Karriere begann man als *toy*. Behforouzi beschreibt die *crews* in diesem Zusammenhang als einen hierarchisch gegliederten Lehrbetrieb, da die *kings* aufgrund der meisten Fähigkeiten und des höchsten Status in der Szene meist auch Anführer waren. Gleichzeitig fungierten sie auch als Mentoren und Lehrmeister der *toys* (vgl. Behforouzi, 2006, 19). In der weiteren Entwicklung werden allgemein *writer* als *toys* bezeichnet, die mangelnde Fähigkeiten besitzen oder aufgrund sonstigen Verhaltens keinen Respekt genießen bzw. die Szeneregeln missachten.

Die Szene, die Kreativität und die Masse an Graffiti explodierten. So gibt es z.B. verschiedene „Genres“ der *trainpieces*. Ist ein Waggon unterhalb der Fenster zwischen zwei Türen besprüht, handelt es sich um ein *panel*, erstreckt sich das Bild über die ganze Höhe des Wagens wird es *top-to-bottom* oder abgekürzt *T2B* genannt. Wenn ein *piece* sich über die gesamte Länge eines Waggons erstreckt ist es ein *wholecar* oder *end-to-end*. Diese Begriffe werden dann noch kombiniert. Das erste *top-to-bottom wholecar* (also ein gänzlich, über alle Türen und Fenster hinweg bemalter Waggon) wurde beispielsweise im Jahr 1975 gemalt. Dies ist nur noch durch einen *wholetrain* zu überbieten. Das heißt ein kompletter Zug über alle Wagen hinweg bemalt (vgl. Cooper/Chalfant, 1984, 17). Nicht viele wurden je vollendet; in New York bis heute nur zwei. Der Berühmteste und Erste, der sogenannte *Freedom Train*, wurde in der Nacht zum 4. Juli 1976, dem Unabhängigkeitstag der USA, von nur drei *writer n* (*Flame One, Mad 103* und *Caine*) vollendet. Er umfasste 11 Waggons und war als Geschenk an die Bürger New Yorks zum zweihundertsten Jubiläum der Vereinigten Staaten gedacht. Der zweite *wholetrain*, bestehend aus 11 Waggons, war der *Christmas Train*, da er kurz vor Weihnachten des Jahres 1977

gemalt wurde<sup>16</sup>. Seine Fahrt durch New York glich einem Triumphzug; die *writer* selbst fuhren sogar mit (vgl. Kreuzer, 1986, 445f; Behforouzi, 2006, 19).

Solche Geschichten kommen Heldensagen der Antike nahe und haben eine ähnliche Wirkung auf nachkommende Generationen von *writern*. Die Vorstellung eines solch triumphalen Moments<sup>17</sup> kann die Initiation für eine Graffiti-Karriere darstellen.

Graffiti wurde zu einem Politikum. Die Gesellschaft war irritiert und geängstigt von diesem völlig neuen Phänomen. Es stellte die tradierte und gewissermaßen hoheitliche räumliche Ordnung in Frage oder drohte sogar diese zu zerstören. Durch das unkontrollierte Auftreten fühlten sich viele bedroht. Es kam ihnen vor wie ein wildes unzähmbares Tier, das plötzlich in ihrer Stadt wilderte. Sie sahen einen Angriff auf ihre bürgerlichen Werte „[...] von Ordnung, Sauberkeit, Besitz und Macht“ (Alber, 1997, 534). Die Kontrolle über den Raum, über das System drohte verloren zu gehen. Also musste mehr kontrolliert werden, die Kontrolle bewahrt werden. Graffiti wurde zum Gespenst aus den Ghettos, der Repräsentant einer nahenden Verrohung und Kriminalisierung der Jugend. Diese Denkweise wird in folgender Aussage deutlich. Castleman zitiert einen Polizeichef namens Garelik:

*“[...] it is predictable that a young graffiti writer will become a criminal...graffiti writing is a school for crime. [...] Graffiti is a symbol that we have lost control. [...]”* (Castleman, 1982, 167)

Die Züge wurden in den Depots (*yards*) der New Yorker Verkehrsbetriebe<sup>18</sup>, wo sie abgestellt wurden, bemalt. Zu Beginn der Bewegung war dies noch relativ unbehelligt möglich, wenn man erst einmal eingedrungen war. Die MTA hatte bis dato keinen Grund gehabt ihre Anlagen außer durch einfache Zäune o. Ä. zu sichern, da es keine Delikte wie Graffiti gab, die sie dort hätte verhindern können. Es wurde jedoch

---

<sup>16</sup> In Europa entstand der erste *wholetrain* am 25. März 1985 im Münchener Vorort Geltendorf und ging als „Geltendorfer Zug“ in die Geschichte ein. Ihm wurde große mediale Aufmerksamkeit zuteil; Bilder wurden in Zeitungen gedruckt usw. (vgl. Kreuzer, 1986, 446; Schierz, 2009, 239).

<sup>17</sup> Aufgrund der weitaus schwierigeren Bedingungen heutzutage in der Form sehr unwahrscheinlich.

<sup>18</sup> MTA (Metropolitan Transportation Authority)

schnell auf das neue Phänomen reagiert, indem doppelte Stacheldrahtzäune gezogen wurden und Wachleute nachts patrouillierten. Auch wurde vergeblich versucht die Aktivitäten auszubremsen, indem bemalte Waggons abgekoppelt oder mit weißer Farbe überstrichen wurden<sup>19</sup> (vgl. Behforouzi, 2006, 20). Das Risiko erwischt zu werden wurde immer höher und die *writer* mussten ihre Aktivitäten immer besser planen und bereiteten ihre „Missionen“ fast schon generalstabsmäßig vor. Man hatte schnell begriffen, dass es den *writern* um *fame* ging. Die Logik war: Nimm dem *writer* seinen Ruhm und Graffiti wird verschwinden. Es wurde begonnen die Züge mit einem aggressiven chemischen Farblöser zu reinigen, der speziell zur Entfernung von Graffiti entwickelt worden war (*the buff*). Diese Methode war jedoch anfangs eher ungenügend und wirkte dem eigentlichen Zweck entgegen, den *writern* die Motivation zum Malen zu nehmen (vgl. Behforouzi, 2006, 20).

*„Cleaning trains therefore often makes them messier than before and is an invitation for other writer s to go over the freshly buffed piece“  
(Cooper/Chalfant, 1984, 100).*

Das Vorgehen gegen die *writer* erhöhte deren Motivation eher noch, als dass es sie gebremst hätte (siehe auch Kapitel 3.4.4). Der New Yorker Bürgermeister Edward Koch (1978-1989) wurde zu einer Art Ikone des schon 1972 ausgerufenen „*all out war on graffiti*“ (Castleman, 1982, 136), der auch die Bevölkerung mit einbeziehen sollte. Es wurde regelrecht mobil gemacht und ein monatlicher Antigraffiti-Tag eingeführt, an dem die New Yorker öffentliche Gebäude, Zäune, U-Bahnstationen und U-Bahnwaggons reinigen sollten (vgl. Alber, 1997, 534; 870). Das New York Subway Graffiti in der bis hier dargestellten Form und in dem Ausmaß fand sein offizielles Ende am 12. Mai 1989 an dem der „V-day“ ausgerufen und der wohl letzte wirklich bemalte Waggon gereinigt wurde (vgl. Alber, 1997, 537). An dieser Stelle endet die Ursprungsgeschichte des New York *writing*. Sie beinhaltet alle Regeln, Inhalte, Techniken, Mythen, etc. die den *New York Style* zum Fluchtpunkt aller *writing*-Aktivitäten weltweit werden ließ.

Die Graffitibewegung war damit keineswegs untergegangen. Erstens hatte sie sich bereits bis nach Europa verbreitet und geriet dort gerade richtig in Schwung –

---

<sup>19</sup> Dies kam den ‚Writern‘ sogar entgegen, da Weiß einen hervorragenden Maluntergrund abgibt.

Zweitens wurde auch in New York und den USA weitergemalt. Die *writer* wichen wieder auf die Straßen, Wände und sonstige Oberflächen im öffentlichen Raum aus. Die Ästhetik wurde im Schnitt wieder etwas einfacher<sup>20</sup>, da die Bedingungen und Risiken deutlich härter geworden waren. Wie jede Kultur passte sich auch das *writing* den Bedingungen an, um zu überleben, was nicht zuletzt durch nachkommende hungrige Generationen an *writern*, die ihren *fame* noch ernten, ihre Grenzen noch erfahren, ihre Fähigkeiten noch verbessern und der Stadt noch etwas geben oder auch nehmen wollen.

Solange das *writing* die Bedingungen bekommt die es braucht um zu existieren und das sind zuvorderst die Illegalität und die öffentlichen Räume (siehe auch 3.4.4.), werden junge Leute vermutlich nicht aufhören ihren Namen zu sprühen.

Es wurde bereits im Vorhergehenden einige Male auf die Uneindeutigkeit des Verlaufs der Entstehung des *writing* hingewiesen. Es muss auch hier noch einmal deutlich gemacht werden, dass eine zweifelsfreie und eindeutige Einordnung der Geschehnisse (und auch des aktuellen status quo) nicht möglich ist, da es sich beim *writing* um eine gewachsene Kultur handelt, die sich durch Überlieferung von Akteur zu Akteur verbreitet hat. Es ist nur eine Variante zu erzählen, was passiert ist. Freilich gibt es einen Grundkanon an Ereignissen und Zusammenhängen, die eindeutig überliefert sind und sich auch in der genutzten Literatur decken. Beim *writing* handelt es sich aber um „eine Kultur der Produzenten“ (Klein/Friedrich, 2003, 10) und auch um eine gewissermaßen „Untergrundkultur“. Da es als bestenfalls informeller Zusammenschluss nicht wie z.B. ein Verein einen Chronisten o. Ä. ernennt, kann keine lineare Überlieferung der Geschichte, im Sinne der historischen Überlieferung entstehen. Will man also eine Geschichte des *writing* erzählen ist man darauf angewiesen, den zur Verfügung stehenden Fragmenten und Meinungen eine gewisse Stringenz zu entlocken. Grandmaster Flash, einer der Pioniere der Hip Hop Kultur, sagt dazu folgendes:

*„I think the only ones that can really tell you the story are Herc, Bam, Breakout and myself. Either you can hear his-story, or history, and the only*

---

<sup>20</sup> Es wurden wieder mehr *throw-ups* und *tags* als aufwendige *pieces* gemacht, die freilich nie ganz verschwanden.

*way you gonna hear the real historical views on it is by the people who were actually there – who actually took it from nothing and built it into whatever it became to be. Some people don't dig deep enough to find out what happened back then. They just fix it so it's comfortable for the reader, which is really dangerous"* (zit.n. Klein/Friedrich, 2003, 19)

Auch Grandmaster Flash spricht von „historical views“ und nicht von „historical facts“. Außerdem glaubt er neben ein paar anderen der Einzige zu sein, der die wahre Geschichte kennt. Es wäre wohl nicht vermessen davon auszugehen dass viele Andere, die zur damaligen Zeit in der South Bronx lebten, unter 20 waren und auf den *Block Partys*<sup>21</sup> getanzt oder ihre *tags* geschrieben haben, dasselbe von sich behaupten würden. Die Hip Hop Kultur und damit auch die *writing*-Kultur basieren in ihrer Konzeption auf Überlieferung von Erzählungen oder sogar des postulierten „Usprungsmythos“, der sich je nach Erzähler ein wenig anders darstellt.

Auch Schierz geht von einer beweglichen, durch Konstruktionsleistungen der Akteure immer wieder neu kontextualisierten Kultur aus. Er versteht *writing* als anti-essentialistische Kultur (vgl. Schierz, 2009, 245).

*„[...] sondern vor allem als ein komplexes System , mit dem Akteure sich aufeinander beziehen und von (sic!) abgrenzen, mit dem sie ein Feld schaffen, in dem sie sich positionieren, handeln, es hervorbringen, es erleben und differenzieren, verändern und aktualisieren oder darin investieren, ohne das es einen wahren oder irgendwie festen Kern hätte. Kultur beschreibt somit auch ein Deuten und affektives Wirksamwerden im Alltag“* (Schierz, 2009, 245).

---

<sup>21</sup> ‚Block Partys‘ waren Partys in Hinterhöfen oder kleinen Parks in der hood‘, die der meist armen Bevölkerung der Ghettos eine Alternative zu den teuren Clubs und Discos der Stadt, in denen der Discosound Konjunktur hatte. Es wurde einfach illegal das Stromnetz angezapft und ein DJ legte auf. Auf diesen Partys entstand die Hip Hop Musik. ‚Kool Dj Herc‘ kam auf die Idee einzelne Takte oder Taktfolgen der ‚drumbreaks‘, die auf nahezu jeder Funkplatte zu finden waren mit Hilfe zweier Plattenspieler und zweimal derselben Platte in einer Schleife zu wiederholen. Dieser Praxis verdankt das Breakdance seinen Namen. Die Menge auf den Partys wurde von einem ‚Master of ceremony‘ angeheizt, der auch den Dj und seine Fähigkeiten anprie. Diese ‚MC’s‘ verfeinerten ihre Appelle zu im Takt gereimten Texten. Das ‚Rapping‘ war geboren.



### 3.3 Die weitere Entwicklung und Verbreitung

Heute ist das *writing* über die ganze Welt verbreitet, findet sich auf jedem Kontinent und ist nach wie vor ein primär urbanes Phänomen. In Ländern wie Deutschland lassen sich aber auch viele Graffiti in ländlichen Gebieten finden, was wohl auch auf die hohe Bevölkerungsdichte zurückzuführen ist und so auch die meisten Dörfer einer Art Metropolregion zuzuordnen sind. Die größte Rolle bei der Verbreitung um die Welt spielte der Einfluss der Medien, wie zu Beginn von Kapitel 3.2 schon angedeutet wurde.

Während die *writer* sich heute nicht mehr zwingend im Hip Hop Kontext verorten, war der Zusammenhang bei der Entwicklung einer Szene in Deutschland und Europa unmittelbar. Anfang der 1980er Jahre fand die Hip Hop Kultur ihren Weg nach Europa. Dafür verantwortlich waren insbesondere die Filme „Wild Style“ (1983), „Beat Street“ (1984) und „Stylewars“ (1984), die bis heute als die wichtigsten Bilddokumente der Hip Hop Kultur gelten (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 20). *The City Famous* aus Berlin erinnert sich:

*„‘84 oder ‘85 glaub‘ ich hab‘ ich die zwei Filme gesehen. Beat Street, Wild Style. Naja und dann hab‘ ich gedacht so, naja wegen den Filmen auch, jetzt‘ muss ich das auch mal machen, das muss einfach sein“ (Birg/Regel, 2011, min. 5:26).*

Neben den Filmen spielten der Text- und Bildband „Subway Art“ (1984) und zu Teilen die Essays „Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen“ (1978) des Soziologen Baudrillard und „The Faith of Graffiti“<sup>22</sup> (1973) des Journalisten und Autors Norman Mailer eine tragende Rolle bei der Ausbreitung von Graffiti in Europa und auf der Welt (vgl. Schnoor, 2009, 25).

In den 1990er Jahren fand in Europa ein regelrechter Boom statt, während es in den USA im Vergleich ruhiger lief. Die Europäer entwickelten das *writing* maßgeblich weiter und beeinflussten nun auch rückwirkend *writer* in den USA. Der Kreis hatte

---

<sup>22</sup> Beide, sowohl Mailer als auch Baudrillard, gingen in ihren Essays paradoxerweise davon aus, dass Graffiti nur ein vorübergehendes Phänomen sein und sich nicht durchsetzen würde.

sich geschlossen und Graffiti wurde zu einer weltweiten Szene. Es entstanden Szenemedien, wie Magazine bzw. sogenannte Fanzines und Videos die zunächst ausschließlich im Selbstvertrieb in Szenekreisen kursierten und ab ca. Mitte der 1990er auch regulär veröffentlicht wurden und beispielsweise über einschlägige Mailorder<sup>23</sup> oder Szeneläden erhältlich waren. Heute wird natürlich auch viel Filmmaterial über das Internet verbreitet.

Die Inhalte der Magazine bestehen primär aus Bildern von *pieces* und *throwups* aber auch Interviews mit *writern* oder Textbeiträgen zu den Szenen einzelner Städte oder einzelnen *writern*. In den Videos gibt es zumeist sogenannte „Liveactions“ zu sehen. Dabei filmen die *writer* ihre Sprühaktionen. Hierbei geht es weniger um das Werk an sich, sondern um die Inszenierung der Aktion an dessen Ende ein hoffentlich fertiges Bild steht – falls nichts dazwischen kommt. Dies erfüllt nicht zuletzt den Zweck zu zeigen wie mutig oder riskant die jeweiligen *writer* und *crews* agieren um ihre Bilder zu malen, was schließlich einer der Faktoren für die Erlangung von *fame* ist; Titel wie „No Guts – No Glory“ unterstreichen das (vgl. Schierz, 2009, 261).

Während die initialzündenden Medien noch von szeneeexternen Beobachtern produziert wurden, werden sie nun größtenteils von aktiven *writern* oder szenenahen Personen hergestellt.

*„Sie haben eigene mediale Netze ausgebildet und visuell-diskursive Räume stabilisiert, die von den dominanten Medien relativ unabhängig sind“*  
(Schnoor, 2009, 25).

Die Szenemedien ermöglichten einen Diskurs über Deutungen und Praktiken innerhalb der Subkultur, sowie eine stetige Selbstaktualisierung derselben. Gewissermaßen übernahmen die Szenemedien die Funktion der *corners*<sup>24</sup>. Auch konservierten sie für die Szeneöffentlichkeit die mittlerweile immer schneller von den Verkehrsbetrieben entfernten Werke. Wie oben bereits erwähnt entwickelte sich die

---

<sup>23</sup> Z.B. MZEE Mailorder oder der Mailorder des Wildstyle Shops in Berlin

<sup>24</sup> Treffpunkte der lokalen Szenen an Bahnhöfen, die in New York schon Anfang der 1980er und in bspw. Berlin Mitte der 1990er von der Polizei gezielt aufgelöst wurden.

Graffitiszene von einer eher lokalen hin zu einer internationalen Szene, was nicht zuletzt den Szenemedien zu verdanken war. So gehört es heute für einen engagierten *writer* dazu, andere Länder zu bereisen, dort mit Anderen sprühen zu gehen und Erfahrungen in unterschiedlichen Verkehrs- und Stadtsystemen zu sammeln (vgl. Schnoor, 2009, 26).

Zu betonen ist, dass die Szene sich heute als sehr heterogen zeigt, was die soziale und ethnische Herkunft der Akteure betrifft.

*„Der periphere Raum des Ausgeschlossenen brachte etwas Kreatives hervor, das weit bis in das gesellschaftliche Zentrum hineinreicht und auch für integrierte Jugendliche als eine Fluchtlinie dienen mag“* (Schierz, 2009, 228).

Auch verorten sich die *writer* nicht mehr unbedingt in der Hip Hop Kultur, während die Aktiven des *DJing*, *MCing* und *B-Boying*<sup>25</sup> diese Zugehörigkeit weiterhin repräsentieren<sup>26</sup>. Schon seit Anfang der 1980er kamen viele *writer* aus der Skateboard- oder Hardcoreszene. (vgl. Schierz, 2009, 234). Obwohl *writing* in seiner Konzeption eine verschlossene Gemeinschaft, eine Kultur der Exklusivität ist, hat es wiederum intern eine hohe integrative Kraft. Jeder kann teilnehmen, wenn er die Regeln befolgt und sich anstrengt ein guter *writer* zu sein. Es folgt also gewissermaßen einer Leistungslogik. Kannst du was, bist du was, egal woher du kommst.

*„Graffiti just transcends all boundaries you know. You have kids from every type, every walk of life, [...], every economic background“* (Reiss, 2009, min. 2:02).

Neben dem Malen auf Zügen und Wänden innerhalb der Stadt, haben sich mit der Zeit weitere Orte eingebürgert. So werden oft Wände und Brücken entlang der Autobahnen genutzt um seinen Namen zu verbreiten, was angesichts der riesigen Menge an potentiellen Rezipienten nur folgerichtig ist. Z.B. ist der *writer* ZZ TOP

---

<sup>25</sup> Diese und Writing werden gemeinhin als die „4 Elemente des Hip Hop“ bezeichnet.

<sup>26</sup> Als am 11.06.2012 die Writerlegende Wayne Roberts alias „Stay High 149“ im Alter von 61 Jahren verstarb salutierte Hip Hop Medien auf der ganzen Welt. (z.B. <http://www.juice.de/news/r-i-p-stay-high-149> )

entlang der A7 zwischen Hannover und Hamburg sehr präsent. Seine Spur lässt sich bis in die Stadt hinein, bis fast zum Berliner Tor verfolgen. Damit hat er sich eine Art eigenes Revier geschaffen. Auch Wände entlang von Bahnlinien sind beliebt. Hier ist beispielsweise NOMOR zu nennen, der entlang der S-Bahn Linie S21 Richtung Bergedorf sehr präsent ist. Writer wie JUST und Caligula aus Berlin haben eine Technik etabliert, die sehr waghalsig ist. Dabei verschaffen sie sich Zugang zu Hausdächern, malen dann mit Farbbrollen und langen Stangen, kopfüber ihre Bilder oben an die Hauswände. Dies ist bezüglich der Langlebigkeit der Werke sehr effektiv, da diese sehr selten entfernt werden (vgl. Thouw, 2008, min. 34:10). Auch die Dächer selbst, sofern es keine Flachdächer sind, werden gern bemalt.

### **3.4 Die zentralen Elemente des *writing***

Im Folgenden sollen die zentralen Inhalte und Eigenschaften, die das *writing* prägen, genauer erläutert werden. Sie sind auch als Alleinstellungsmerkmale zu sehen, die das *writing* so deutlich von anderen Phänomenen unterscheidbar machen – sowohl auf der phänomenologischen, sozialen, individuellen als auch auf der inhaltlichen Ebene. Bedeutsam dabei ist, dass diese Elemente nicht unabhängig voneinander denkbar sind. Erst in ihrem Zusammenwirken werden sie zu dem Phänomen, das hier behandelt wird. Auch beinhalten sie die drei Hauptmotivationen sich dem *writing* zu widmen. Es geht, immer zu anderen Teilen, um das Ausleben von Kreativität, einen sportlichen bzw. spielerischen Gedanken und eine Art der Rebellion. Diese drei sind freilich nur wenige, aber wohl die meist verbreiteten Gründe und eine Art kleinster gemeinsamer Nenner aller Akteure.

#### **3.4.1 Das Konzept des *styles***

Der Begriff des *styles* ist in der *writing*-Kultur von wesentlicher Bedeutung. Er hat ästhetische, Identität konstituierende und die Kommunikation betreffende Relevanz.

Wie schon in Kapitel 3.2 erwähnt, handelt es sich beim *style* zunächst einmal um den individuellen „Malstil“, also die ästhetischen Eigenschaften der Werke eines *writers*. Dies betrifft entsprechend den Ausführungen im vorhergehenden Kapitel insbesondere die kalligraphischen und typographischen Eigenheiten, also was der

*writer* aus der für alle gleichen Grundlage, dem Alphabet, herausholt. Aber auch ein typischer Umgang mit Farbe und Effekten gehört dazu. *Caligula* drückt dies so aus:

*„Man muss sich ja fragen: Warum nehmen die Leute Buchstaben? Warum fängt jeder kleine Maler immer wieder mit Buchstaben an und sucht sich seinen Namen? Jedem wird diese Möglichkeit vorgegeben. Hier haste Buchstaben, mach was draus. Und jeder macht komischerweise was total eigenes draus“* (Thouw, 2008, min. 22:55)

Der Begriff *style* beschränkt sich im Kontext des *writing* jedoch nicht nur auf eben diesen Stil der ästhetischen Gestaltung. Vielmehr verbirgt sich darin ein ganzheitliches Verständnis von Stil. Durch die Gestaltung werden Zeichen sinnhaft modelliert und können so als Codesystem der Kommunikation verstanden werden. (vgl. Meier-Schuegraf, 2007, 8)

Nach Meier-Schuegraf ist der *style* eines *writers* an stilistische Konventionen gebunden. *Writer* halten sich an die überlieferte Formsprache<sup>27</sup> des *writing*. Innerhalb dieser Konfiguration wird die Verwirklichung einer individuellen Interpretation dieser Vorgaben angestrebt, die sich von den Anderen unterscheiden lässt, in die die eigene Identität einfließt und auch erkennbar wird. Das Werk ist körperlicher Repräsentant der Persönlichkeit (vgl. Meier-Schuegraf, 2007, 7).

*„Sie/er existiert in ihrer/seiner Identität als SprüherIn durch das Piece, und das Piece verkörpert ihr/sein Verständnis von Konvention und Individualität des Graffiti. Darauf aufbauend wird das Sprühwerk zum Kommunikat innerhalb der Szene“* (Meier-Schuegraf, 2007, 7).

Der individuelle *style* ist also nur erkenn- und unterscheidbar wenn man um die ästhetischen und kulturellen Konventionen der Szene weiß und sich mit ihnen befasst hat. Graffiti ist hier codierte Kommunikation auf ästhetischer Ebene. Der szeneferne „Normalbürger“ erkennt lediglich die allgemeine Formsprache und Ästhetik der Graffiti, wird einem einzelnen Werk aber nicht eine Bedeutung zuschreiben oder einen besonderen Stil ausmachen können.

---

<sup>27</sup> Z.B. die verschiedenen *Styleschulen* wie z.B. *Wild Style* oder *Bubble Style*, sowie die Kategorien der Tags, Throw-Ups, Pieces usw.

Während also einerseits durch *style* Persönlichkeit bzw. Identität transportiert wird, handelt es sich im gleichen Moment um einen Akt, der wiederum Identität herstellt. Aus folgender Aussage des *writers Coda* wird ersichtlich, dass es nicht nur um die Zurschaustellung der Persönlichkeit geht, sondern dass auch eine Auseinandersetzung mit sich selbst stattfindet:

*„To pour your soul onto a wall and be able to step back and see your dreams, your weaknesses, really give (sic!) you a deeper understanding of yourself and your mental state“* (zit. n.Tucker, 1999, IV).

Dabei wird die eigene Identität immer wieder aktualisiert und fortlaufend konstituiert. Identität wird hier als ein fortlaufender Prozess verstanden. Für Menrath ist *Style* ein Werkzeug zur Herstellung von Identität. Sie beschreibt den Identität konstituierenden Moment des *Styles* so:

*„Style ist ein Modell zum Erlangen von Identität auf einer ästhetischen Ebene. Die Identität verstehe ich dabei als ‚mimetischen Akt ...‘, dessen Bezugnahme nicht vom theoretischen Denken, sondern mit Hilfe der Sinne, ästhetisch, hergestellt wird“* (Menrath, 2001, 72).

### 3.4.2 Der Name als Inhalt

In Norman Mailers berühmten Essay „The faith of graffiti“ gibt es eine Stelle, wo Mailer eine Gesprächssituation mit einem *writer* wiedergibt, in der es darum geht, was es bedeutet, seinen Namen vorbeifahren zu sehen. Sie vermittelt, auch durch Mailers lebendige Beschreibung, die hohe Bedeutung des Namen für das *writing* :

*„The name,‘ says Cay, in a full voice, Delphic in its unexpected resonance – as if the idol of a temple has just chosen to break into sound – ‘The name,‘ says Cay, ‘is the faith of graffiti“* (Mailer, 1973, 8).

Der Name sei also der Glaube von Graffiti. Seit dieser Aussage aus den frühen Tagen des *writing* hat es viele Generationen an *writern* gegeben, in denen sich vieles verändert hat. Diese Aussage und die Art und Weise, wie sie Mailers Umschreibung zufolge vorgetragen wurde, kann jedoch immer noch als geltend betrachtet werden. Denn der Name ist die Botschaft von Graffiti, die sich so vielen Menschen entzieht. Er ist Träger des *Styles* und sorgt in Kombination mit diesem für den

Wiedererkennungswert und dann hoffentlich für *fame*. Ohne den Namen könnte die *writing*-Kultur nicht existieren. Er ermöglicht es mit Hilfe eines unverkennbaren, innovativen *styles* sich und seine Arbeit (ikonographisch) bekannt zu machen.

Bevor ein *writer* sein erstes Tag anbringen oder einen *style* entwickeln kann, braucht er einen Namen. Dieser sollte unter kalligraphischen und typographischen Aspekten besonders geeignet sein ihn zu schreiben und aus Gründen der Schnelligkeit bei illegalen Aktionen möglichst kurz sein (vgl. Steinat, 2007, 32). Weiterhin wird oft auch durch eine referenzielle Namenswahl etwas von der Person die ihn trägt transportiert.

*„Most will appropriate a word, often from pop culture or some other social reference, because it communicates something about them as a person“*  
(MacDonald, 2001; zit.n. Steinat, 2007, 32).

Auch ist es gängig sich einen Namen auszusuchen, den schon ein anderer *writer* benutzt hat, der besonders bewundert wird und diesem eine Zahl anzufügen oder selbst eine neue „Dynastie“ zu begründen und die „Eins“ als Anhängsel zu benutzen (z.B. *Snake I, Snake II, Snake III,...*) (vgl. Baudrillard, 1978, 24). Die Praxis aus den Pioniertagen eine Ziffernfolge, die auf die Herkunft verweist zu nutzen, ist heutzutage eher selten, weil riskanter geworden. Baudrillard wollte in der Namenskultur der *writer* totemistische Benennungen erkennen, die die radikale Exklusivität der Zugehörigkeit signalisieren (vgl. Baudrillard, 1978, 26f). Schnoor weist darauf hin, dass sich die empirische Praxis der *writer* jedoch weniger auf die Herkunft bzw. Entstehung des Namens konzentriert als auf dessen Benutzung (Schnorr, 2005, 88). Deshalb ist wohl bei der Auswahl des Namen, wie oben angedeutet, die Nutzbarkeit, also welche ästhetischen und praktischen Möglichkeiten er beinhaltet, das Entscheidende.

Im Gegensatz zu einem Personennamen, bezieht sich der Name eines *writers* nicht unmittelbar auf die Person, sondern ist Träger einer Szeneidentität und funktioniert als eine Art Medium für diese. Durch die Verbreitung des Namen, dessen Platzierung, quantitatives Aufkommen und durch den *style* wird eine Art Image oder Marke geschaffen, dessen Logo der Name ist. Die typographische und kalligraphische Gestaltung dieses Logos injiziert gewissermaßen einen Teil der Person in den Namen.

Der Name ist nach Baudrillard nur ein leerer Signifikant, ein lesbare Zeichen ohne jeden Inhalt (vgl. Baudrillard, 1978, 26). Da er das Phänomen jedoch eher oberflächlich bzw. auf rein semiotischer Ebene betrachtet hat, ist ihm entgangen, dass der *writer* durch die Gestaltung diesem leeren Zeichen das Signifikat hinzufügt (vgl. Schierz, 2009, 232). Dennoch handelt es sich zu einem gewissen Maße gewissermaßen um leere Zeichen – Zeichen um ihrer selbst willen, deren bloße Präsenz die Botschaft ist. Es ist sowohl die Botschaft von Identifikation mit sich selbst als auch ein Lebenszeichen an das Ungetüm der Großstadt. Nicht zuletzt ist es auch ein narzisstischer Akt der Eitelkeit. Baudrillard zitiert Mitzi Cunliffe aus der *New York Times*:

*„Es sagt (die Graffiti sagen): ICH BIN, ich existiere, ich bin wirklich, ich habe hier gelebt. Das sagt: KIKI oder DUKE, oder MIKE, oder GINO ist lebendig, es geht ihm gut und er wohnt in New York“* (Baudrillard, 1978, 38).

Da nun klar ist, welche gewichtige Rolle der geschriebene Name spielt, soll hier nun auf die Rolle der Schrift bzw. des Alphabets eingegangen werden. Denn was das *writing* unter anderem von anderen visuellen Phänomenen unterscheidet ist, dass der Schwerpunkt der Gestaltung auf Buchstaben liegt. Bei der Auseinandersetzung mit Szenemedien und vielen Interviews fällt auf, wie sehr immer wieder die Bedeutung der Schrift sowie die der Typographie und Kalligraphie betont werden. Buchstaben gilt das zentrale Interesse der *writer*. Wichtig dabei ist, dass dieses sich nicht der Schrift als Kommunikationsmedium zur Vermittlung von Sprachinhalten verschreibt, sondern den einzelnen Buchstaben in ihrem ästhetischen Wesen. Statt Kriterien der Lesbarkeit und des Transports von primären Informationen steht die *„[...] kommunikative Funktion in der Signalisierung von Identität, Individualität und Lebensstil [...]“* (Meier-Schuegraf, 2007, 2) im Mittelpunkt. Die *writer* setzen sich intensiv, zuweilen sogar obsessiv mit der Gestaltung von Schrift auseinander. *Smash* aus der Schweiz beschreibt sein Verhältnis zu den Buchstaben:

*„Ich sehe genauso characters, Gesichter und Leben in meinen Buchstaben, wie halt 'n Laie nur in Donald Duck oder in Mickey Mouse sieht. Das Gleiche geben meine Buchstaben für mich wieder. Ich seh' ob der Buchstabe aggressiv ist, elegant, zufrieden; ob er die andern Buchstaben wegdrückt, ob er sich bewegt. Das seh' ich drin [...]. Das reicht mir. Ich bin zufrieden mit Buchstaben. Ich brauch' nich' mehr“* (Thouw, 2007, min. 22:30).



### 3.4.3 Fame - *Getting up is the name of the game*

Ein weiteres wichtiges Element des *writing* ist, wie im Zusammenhang der Entstehung des *writing* schon erwähnt, der szeninterne Wettbewerb um Ruhm und Anerkennung. Dieser stellt einen der Hauptgründe dar sich dem *writing* zu widmen. *Fame* kann erlangt werden indem man eine besonders hohe Quantität an *tags*, *throw-ups*, *pieces* usw. erreicht, einen besonders innovativen und kunstvollen *style* besitzt oder durch besonders gewagte und kreative Platzierung seiner Werke auffällt. Die Kriterien sind also Quantität, Qualität und Platzierung. Das Streben nach Ruhm, Bekanntheit und Anerkennung bezieht sich primär auf die Szene und nur zu einem geringen Teil darauf, außerhalb dieser bekannt zu werden. Dass dies aufgrund der weit verbreiteten Ablehnung dem *writing* gegenüber vermessen wäre, ist auch den *writern* bewusst. Jedoch ist auch die negative Variante des Ruhmes für einen *writer* erstrebenswert. Wird beispielsweise in der Lokalzeitung über Graffiti als Akt von Vandalismus berichtet und ein Foto eines *pieces* daneben abgedruckt, wird dies in Szenekreisen als Erfolg gefeiert, da das eigene Bild dadurch einen besonders hohen Kreis an Betrachtern gewinnt; auch wenn diese nicht unbedingt wohlwollend sind.

In Kapitel 3.3.2 wird das Schreiben des Namens als narzisstischer Akt der Eitelkeit beschrieben. Diese Einschätzung ist im Zusammenhang mit *fame* noch zu ergänzen durch das Bestreben nach Gewinn symbolischen Kapitals in Form der Anerkennung durch die Szene (vgl. Steinat, 2007, 25).

Steinat meint, es sei paradox von der Bekanntheit eines Sprüherers zu sprechen, da schließlich nicht er als Person, sondern lediglich sein Name Bekanntheit erlangt (vgl. Steinat, 2007, 33). Dem ist zuzustimmen.

### 3.4.4 Illegalität

*„Die Katze hat kein Problem damit, gefüttert zu werden und ein wenig im Haus herumzuschnurren, aber wenn sie es geschehen lässt, dass sie dafür ein Leben ohne Katzenklappe in Kauf nehmen muss, sehen die freien Katzen mitleidig auf sie herab“* (Schierz, 2009, 5).

Mit dieser Metapher wird die zentrale Bedeutung der Illegalität für das *writing* schon sehr deutlich. *Writing* existiert und aktualisiert sich nur durch die Illegalität als

Referenz (vgl. Schierz, 2009, 5). So nehmen *writer* auch legale Möglichkeiten<sup>28</sup> wahr sich ohne Zeitdruck und Risiko dem Sprühen zu widmen. Jedoch ist es der seltenste Fall, dass ein *writer* sich ausschließlich auf legale Aktionen beschränkt. Hier stellt sich eine der zentralen Fragen, die sich als Graffitigegner stellen lässt: *Warum malen diese Leute ihre Bilder nicht zu Hause auf Leinwände und teilen sie innerhalb ihrer Szene, wenn es denn um Anerkennung gehen soll?*

Die Antwort findet sich in dem Unterschied des Erlebnisses, das die Illegalität gegenüber der Legalität bietet. Denn die Rezeption des *writing* ist zuvorderst die einer Erlebnis- und Performanzkultur und erschöpft sich nicht im bloßen Wunsch sich kreativ mit Hilfe der Sprühdose auszudrücken. Schierz legt in seiner Darstellung das Augenmerk darauf „[...] wie sie Abweichung performieren, nicht um daraus Gewinne zu ziehen, sondern um sich kreativ und intensiv erlebt zu verwirklichen. Abweichung und Kontrolle, so die These, dienen hierbei als alltagskulturelle Möglichkeit sich selbst affektiv zu erleben“ (Schierz, 2009, 40).

Baudrillard befasst sich mit dem Aspekt der Illegalität primär auf semiotischer Ebene und erkennt den Titel gebenden „Aufstand der Zeichen“. Dieser Ebene des subversiven, inhärent machtkritischen Charakters des *writings* sollte noch eine weitere hinzugefügt werden. Sieht man *writing* als eine Art symbolische Rebellion, wird diese „nur begrenzt in den Werken repräsentiert“ (Schierz, 2009, 277). Vielmehr findet sich das Rebellische in der transgressiven Performanz, die im (illegalen) Handeln der *writer* ausagiert wird (vgl. Schierz, 2009, 277). Immer wieder verweist Schierz darauf, dass es sich beim *writing* aus seiner Sicht um einen Aufstand des Ereignisses und weniger um einen Aufstand der Zeichen handelt (vgl. Schierz, 2009, 233f; 277). Beide Perspektiven haben bei der Betrachtung des Phänomens ihre Berechtigung, je nachdem, ob man dieses in seinem Nutzen und seiner Wirkung für den Akteur oder die Bilder selbst in ihrem Verhältnis zu Raum und Öffentlichkeit verstehen möchte.

Neben dem *fame*-Motiv, der Auslebung von Kreativität, der *competition* usw. spielt ein weiteres wichtiges Motiv, sich der Gefahr beim Malen auszusetzen bzw. illegal

---

<sup>28</sup> Z.B. Auftragsarbeiten oder sogenannte Halls of Fame (von Städten oder Gemeinden zur Verfügung gestellte ungenutzte Gebäudeflächen o.ä.)

aktiv zu werden, eine Rolle. Das Räuber-und-Gendarm Spiel, der Reiz an der Angst, der Nervenkitzel sind der Motor, weniger jedoch die oft von Graffiti-Geegnern<sup>29</sup> beschworene Lust am Verbotenen und blinde Zerstörungswut. (vgl. Steinat, 2008, 39) Etwas Aufregendes erleben zu wollen, ist aber nicht der einzige Grund für das Handeln im Untergrund, sondern dazu kommt oft auch eine anti-bürgerliche bzw. systemkritische Haltung.

*„I make my own colours. I mix some chemicals, play the mad scientist and I go out and do my thing and they try to clean it but they can't. And it's nice. It's like a personal victory over the system.“* (Thouw, 2007, min. 18:43)

Den Bahnwachen oder der Polizei zu entkommen bzw. sie zu überlisten oder gar zum Narren zu halten und seine *tags* und *piece* anzubringen wird wie ein kleiner Sieg über das herrschende System erlebt, an dem man wenig beteiligt wird, und das man schon gar nicht mit gestalten darf. Dieses Verhältnis findet auch oft Niederschlag in kleinen Widmungen an die Polizei oder die Bahnwachen, die mit zu einem *piece* geschrieben werden. Z.B.:

*„to the boys in blue catch me if you can“* (Cooper/Chalfant, 1984, 98)

Oder:

*“Caught ya' sleepin...HA! HA!...M.T.A...“* (Cooper/Chalfant, 1984, 99)

Nicht umsonst lautet eines der geflügelten Worte in der Szene: „Bomb the system!“

### 3.4.5 Abrenzung zur *street art*

Nachdem deutlich wurde welche Eigenschaften das *writing* auszeichnet, sollen nun dessen Unterschiede zur *street art* aufgezeigt werden. Dies ist an dieser Stelle von Bedeutung, da *street art* in den letzten Jahren an Konjunktur gewonnen hat und mittlerweile oft mit Graffiti-*writing* gleichgesetzt bzw. verwechselt wird. Da beide

---

<sup>29</sup> Neben der strafrechtlichen Verfolgung haben sich über die Jahre viele Vereine oder Interessenverbände gegen Graffiti formiert (z.B. in Deutschland: [www.anti-graffiti-verein.de](http://www.anti-graffiti-verein.de)). Auch die szeneeexterne mediale Berichterstattung ist zumeist vom Tenor der Ablehnung bis hin zur Verteufelung geprägt (z.B.: <http://ilovegraffiti.de/blog/2012/03/29/moses-vs-bild-zeitung-hannover> )

Phänomene sich im Detail jedoch unterscheiden, ist das Verhältnis von *street art* zum öffentlichen Raum ein anderes als das des *writings*.

*Street art* kann als eine Weiterentwicklung des *writing* gesehen werden, hat aber darüber hinaus noch andere kulturgeschichtliche Wurzeln aufzuweisen (vgl. Gabbert, 2007, 11). So tauchten nahezu zeitgleich zum *writing* in den 1970er Jahren in Paris vermehrt Schablonengraffiti und Plakate auf, die dem Kontext der Studentenrevolten zuzuordnen waren. Weitere Vorläufer dessen, was heute unter *street art* zusammengefasst wird, waren z.B. der als „Sprayer von Zürich“ bekannt gewordene Harald Naegeli, der New Yorker Künstler Keith Haring oder *Blek le Rat*, der eine Welle von Schablonengraffiti in Paris auslöste (vgl. Gabbert, 2007, 12).

In ihrer Erscheinung zeichnet sich *street art* im Gegensatz zum *writing* durch primär figürliche Elemente aus. Buchstaben spielen kaum eine Rolle. Wenn doch werden sie als Träger einer Botschaft oder Ergänzung des eigentlichen Bildes benutzt. Die gesamte Ästhetik der *street art* richtet sich an ein größeres Publikum und ist auch ohne Szenekenntnis rezipierbar, was einen der entscheidenden Unterschiede zum *writing* darstellt. Auch gibt es eine Vielzahl an Techniken, die genutzt werden. Die Umgebung und der Untergrund werden gern mit einbezogen, während der *writer* diese mit seinem Namen beherrschen will. Gabbert beschreibt *street art* zusammenfassend so:

*„Street Art sind hauptsächlich Charaktere, Zeichen und Symbole, deren visueller Code eine illustrative, flexible und wieder erkennbare Bildsprache ist. [...] Sie wendet sich gegen hegemoniale Codes der Stadt und wendet sich – mitunter subtil und provokant – dialogisch an ein öffentliches Publikum“* (Gabbert, 2007, 16f).

Sie steht außerhalb der Systemlogik der *writing*-Kultur, obwohl sie das Konzept des ungenehmigten künstlerischen Eingriffs in den urbanen Raum als Kulturtechnik mit ihr teilt (vgl. Gabbert, 2007, 15; Klee, 2010, 109). Es wird also deutlich, dass *street art* allein aufgrund seiner Intention ein anderes Verhältnis zum öffentlichen Raum haben muss als das *writing*. Deshalb wird dieses in dieser Arbeit in Abgrenzung zu *street art* untersucht.

## 4. Öffentlicher Raum – Der Ort des Geschehens

Writing ist ein genuin urbanes Phänomen, das die Nutzung der öffentlichen Räume zur Bedingung hat, um in seiner Konzeption existieren zu können. Nun soll verdeutlicht werden, welche raumtheoretischen Bezüge das Verständnis der öffentlichen Räume und deren Verhältnis zum *writing* erleichtern. In der Folge werden öffentliche Räume im Bezug auf Entwicklungen, denen sie unterworfen sind, näher beleuchtet.

### 4.1 Raumtheoretische Bezüge

Zunächst einmal sei hier auf die etymologische Bedeutung des Wortes „Raum“ verwiesen. *„Es leitet sich vom Verb „räumen“ ab, was so viel bedeutet wie >>Platz schaffen, leer-, freimachen; verlassen, fortschaffen<<“* (Schroer, 2006, 29). Im Grimmschen Wörterbuch ist als ursprüngliche Bedeutung angegeben:

*„,einen Raum, d.h. eine Lichtung im Walde schaffen, behufs Urbarmachung oder Ansiedlung“* (zit.n. Schroer, 2006, 29)

Raum steht zum einen für einen uralten Ausdruck vormaliger Ansiedler, die so das Gewinnen eines Siedelplatzes durch Rodung bzw. Freimachen einer Wildnis bezeichneten, zum anderen für den Siedelplatz selbst. Der Raum war also nicht vorhanden, bevor der Mensch sich eines Ortes annahm und den Raum so erst durch Tätigkeit hervorbrachte (vgl. Schroer, 2006, 29). Anhand dessen lässt sich Raum, entgegen dem statischen Alltagsverständnis, bereits in seiner etymologischen Bedeutung als konstruktivistische Kategorie erfassen.

Es gibt zwei grundsätzliche Annahmen aus Naturwissenschaft und Philosophie, die hier Erwähnung finden müssen, da sie den meisten modernen Raumtheorien und -konzepten zu Grunde liegen, die sich mit der Sozialität des Raums befassen (vgl. Schroer, 2006, 44). So gibt es die Einen (z.B. Aristoteles, Newton und je nach Schaffensphase auch Kant<sup>30</sup>), die eine absolute Raumvorstellung vertreten und die

---

<sup>30</sup>So versucht er sich anfangs an einer Versöhnung der relationalen Position von Leibniz und der absoluten Position von Newton (z.B. in der *Monadologia physica*), um sich wenig später Leibniz anzuschließen (*Neuer Lehrbegriff der Bewegung und Ruhe*). Daraufhin schlägt er sich wieder auf die Seite von Newton, worauf die

Anderen (z.B. Leibniz und Einstein), die Raum als relational bzw. relativistisch betrachten.

Der absolute Raumbegriff und seine Vorstellung als Behälterraum<sup>31</sup> hat eine weitaus populärere Geschichte aufzuweisen, was sich nicht zuletzt darin äußert, dass er bis heute das alltägliche Verständnis von Raum dominiert (vgl. Löw, 2001, 25ff; Schroer, 2006, 39) Der Raum wird hier als gegeben, uns umfassend oder eben Behälter gesehen, in dem wir agieren, der aber nicht veränderbar also kontinuierlich ist. Er bildet die für alle homogene Handlungsgrundlage und ist so als eine „[...] *vorsoziale Kategorie* [...]“ (Schroer, 2009, 354) zu verstehen. Es wird also von einem Dualismus von Körper und Raum ausgegangen

Demgegenüber steht die relationale Raumvorstellung. Diese sieht den Raum nicht als statische Gegebenheit, sondern vielmehr als eine sich aus der Beziehungsstruktur von Körpern ergebende und demnach veränderbare Verhältnismäßigkeit. Er konstituiert sich durch die jeweilige Anordnung der Körper zueinander. Spätestens seit Einstein ist klar, dass Relation eine Frage der Perspektive ist. Hier wird Raum zu einer sozialen Kategorie. Die Körper und Orte sind vorhanden und geographisch verortbar. Sie werden erst zu Räumen bzw. Teil von Räumen, wenn sie durch Symbolisierung, Wertvorstellungen, Handlungen, Interessen, Interpretation, etc., also durch menschliche Rezeption bzw. Aktivität eine Bedeutung bekommen und in Verhältnis zueinander gesetzt werden. Man könnte dies in Anlehnung an Leroi-Gourhans Überlegungen zum symbolisch domestizierten Raum als eine symbolische Domestizierung der Orte bezeichnen, die so zu Räumen zusammengefasst werden (vgl. Leroi-Gourhan, 1965). Raum existiert also diesen Überlegungen nach nicht vor dem Menschen, er wird vom Menschen gemacht. Während also die absoluten Raumvorstellungen „[...] *die körperlichen Objekte zur*

---

nächste Wende folgt. Nun behandelt er die Begriffe des absoluten Raums und der absoluten Zeit als rein begriffliche Fiktionen. Obwohl Kant wegberaubende Überlegungen zum konstruktivistischen Raumbegriff geliefert hat, verhilft er der absoluten Raumvorstellung zu einer prägenden Rolle im Wissenschaftsverständnis bis ins 19. Jahrhundert. (vgl. Schroer, 2006, 41f)

<sup>31</sup> Diese Vorstellung des absoluten Raums als Behälterraum beinhaltet nicht jede Theorie, die einen absoluten Raumbegriff zugrunde legt. Newton z.B. entwirft seinen absoluten Raum als unendlich. Das Behältermodell sei in dem Fall bereits eine gesellschaftliche Transformation der physikalisch-philosophischen Ausgangsstellung, da die meisten Menschen nicht in der Lage seien Unendlichkeit zu denken. (vgl. Löw, 2001, 27)

*Passivität verurteilt, so verfährt das Konzept des relativen Raums genau umgekehrt. In ihm wird gerade der kreative Anteil der Menschen betont, Räume durch ihre Aktivitäten zu konstituieren“* (Schroer, 2006, 45).

In den Sozialwissenschaften wurden die relationalen und absoluten Raumvorstellungen also regelmäßig gegeneinander in Stellung gebracht. Auch um die trennscharfe Unterscheidung zwischen dem physisch-materiellen Raum und dem sozialen Raum fand ein förmliches Ringen statt (vgl. Kajetzke/Schroer, 2010, 192). Den physischen Raum überließ man jedoch bald der Geographie und konzentrierte sich auf den sozialen Raum. Dessen konstruktivistischer Charakter wurde in der Folge jedoch auch dem physischen Raum zugestanden.

*„Kein Fleckchen Erde weit und bereit (sic!), das von menschlichen Eingriffen verschont geblieben wäre. Naturlandschaft hat sich längst in Kulturlandschaft verwandelt“* (Schroer, 2009, 354).

So ist nach Bourdieu physischer Raum – als von menschlichem Handeln unabhängiger Raum – nicht mehr länger denkbar, da er immer ein schon zugerichteter, angeeigneter und genutzter Raum ist (vgl. Schroer, 2009, 354). Physischer Raum ist so auch immer sozialer Raum. Der Dualismus von sozialem und physischem Raum ist also keine zwingende Sichtweise.

Schubert weist jedoch darauf hin, dass im wissenschaftlichen Diskurs nach wie vor in einem Dualismus des Raumbegriffs verharrt wird, in dem z.B. den Planungswissenschaften der Begriff des physischen Raums zugeordnet wird und den Gesellschafts- und Sozialwissenschaften die soziale Konstituierung von Räumen. Er schlägt deshalb eine integrierte Betrachtung von Raum vor, um die beiden Konzepte in Verbindung zu bringen (vgl. Schubert, 1999, 1f). Löw schlägt vor, die relationale Raumvorstellung so zu formulieren, dass der Betrachtung der Beziehungen noch die Betrachtung der verknüpften Objekte hinzugefügt wird (vgl. Löw, 2001, 112).

Diese integrierte Perspektive auf Raum ist auch für das Verhältnis des *writings* zum öffentlichen Raum angebracht, da es sowohl die Wechselwirkung des Werkes, als auch die des Akteurs mit dem öffentlichen Raum zu berücksichtigen gilt (siehe auch

Kapitel 5). Das Auslassen einer der Sichtweisen bzw., nicht auch mögliche Interdependenzen zu berücksichtigen, würde das Ergebnis verkürzen.

Gemäß dieser Vorstellung verstehe ich Raum hier im Sinne von Löws Modell zur Konstitution von Räumen als „[...] eine relationale (An)Ordnung<sup>32</sup> von Lebewesen und sozialen Gütern<sup>33</sup> an Orten“ (Löw, 2001, 271). Ihr Modell versucht die Konstitution von Räumen im Hinblick auf kulturelle und soziale Praktiken zu systematisieren (vgl. Schroer, 2009, 362). Dies ermöglicht die Erfassung vieler Vorgänge, wird jedoch an der Stelle unpraktikabel, wo klar wird, dass die Analyse der Raumkonstitution, erneut Raum konstituiert und so wieder zum Gegenstand der Forschung gemacht werden kann. Deshalb ist Löws Ansatz nicht in Gänze für die Erfassung des Verhältnisses des *writing* zu öffentlichen Räumen geeignet. Einige Thesen jedoch lassen sich sehr gut als theoretischer Bezug zum öffentlichen Raum im Zusammenhang mit *writing* nutzen.

Die Konstituierung des Raums findet durch die Syntheseleistung und das Spacing statt. Durch die Syntheseleistung werden auf Grundlage von Vorstellungs-, Wahrnehmungs- und Erinnerungsprozessen, Ensembles sozialer Güter und Lebewesen zu Elementen verknüpft. Diese Verknüpfungsleistungen sind beeinflusst durch z.B. institutionalisierte Raumkonstruktionen, den klassen-, geschlechts- und kulturspezifischen Habitus oder dem Ort der Synthese selbst. Um die Synthese im Handeln zu vollziehen, müssen die sozialen Güter und Lebewesen platziert bzw. symbolische Markierungen positioniert werden, um zusammengehörige Güter und Menschen kenntlich zu machen. Diese Platzierungsprozesse von Informationen, Lebewesen und Gütern sind Aushandlungsprozesse, da sie immer im Wechselspiel mit anderen Handelnden ablaufen und werden Spacing genannt. So ist der Konstitution von Räumen das Aushandeln von Machtverhältnissen immanent (Löw, 2001, 225ff). Auch aufgrund dessen sind Räume oft Gegenstand sozialer Auseinandersetzungen, da sie in einer hierarchischen Gesellschaft zumeist ungleiche Verteilungen hervorbringen. Diese Verteilungen können auch

---

<sup>32</sup> Löw spricht von (An)Ordnung um mit dem Ordnungsaspekt auf die strukturelle Dimension und dem Anordnen auf die Handlungsdimension hinzuweisen. (vgl. Löw, 2001, 224)

<sup>33</sup> Soziale Güter meinen primär materielle Güter, da nur diese platzierbar sind. (vgl. Löw, 2001, 224)



unterschiedliche Verfügungsmöglichkeiten über Ressourcen (z.B. Geld, Rang, Assoziation, etc.), also Macht, etablieren, die dann wiederum das Durchsetzen von (An)ordnungen ermöglichen (vgl. Löw, 2001, 272).

Des Weiteren sieht sie räumliche Strukturen, wie auch die zeitlichen Strukturen als Teil gesellschaftlicher Strukturen (vgl. Löw, 2001, 272).

*„Strukturen sind Regeln und Ressourcen, die rekursiv in Institutionen eingelagert sind und die unabhängig von Ort und Zeitpunkt Geltung haben“  
(Löw, 2001, 226).*

Die Möglichkeiten Räume zu konstituieren sind neben den genannten Faktoren abhängig von strukturellen Ein- und Ausschlüssen, sowie den körperlichen Möglichkeiten. Bleiben (An)Ordnungen über die Syntheseleistung und das Spacing des Individuums hinaus wirksam, spricht Löw von institutionalisierten Räumen, die genormte Syntheseleistungen und Spacings nach sich ziehen (vgl. Löw, 2001, 226, 272). Institutionen oder Routinen sind Regelmäßigkeiten sozialen Handelns, die auf Dauer hin Bestand haben und als gegenständlich erlebt werden<sup>34</sup>. Der soziale Raum wird zur Objektivierung (vgl. Löw, 2001, 164ff).

In der Folge spricht Löw von gegenkulturellen Räumen, die das Schaffen eigener institutionalisierter (An)Ordnungen bedeuten und der Dominanzkultur entgegenlaufen. Diese eröffnen individuelle Handlungsoptionen, die, wie Widerstand allgemein, zur Veränderung gesellschaftlicher Strukturen führen können oder diese mit der Übertretung bestätigen (Löw, 2001, 185, 227).

---

<sup>34</sup> Löw führt als Beispiel die Spacings und Synthesen im Gericht an, wo klar geregelt ist wie sich die Individuen, je nach Rolle zu positionieren haben. Die (An)Ordnungen im Gericht finden sich zudem über ein bestimmtes Gericht hinaus, in den meisten Gerichten Deutschlands (vgl. Löw, 2001, 164).

## 4.2 Der öffentliche Raum

Bis hierhin wurde öffentlicher Raum noch nicht näher definiert. Alber fasst, in Anlehnung an den New York Administrative Code, der eine explizite Definition<sup>35</sup> beinhaltet, zusammen:

*„Generell handelt es sich also um den nicht durch privat auferlegte Bedingungen, wie Eintrittsgelder oder Standesvorschriften eingeschränkten, rechtlich allen Personen offenstehenden Raum“ (Alber, 1997, 652).*

Die Darstellung der raumtheoretischen Bezüge sollte verdeutlichen, dass unter Raum mehr zu verstehen ist als es dessen Alltagsverständnis vermuten lässt. So verstehe ich auch öffentliche Räume im Sinne Löws nicht nur als Kulisse des Stadtlebens vor der die Bewohner agieren und mit der sie sich abfinden müssen, sondern auch als einen relationalen Raum, der von den Menschen erst durch ihre Rezeption konstituiert wird und eine Bedeutung erlangt. Schubert weist darauf hin, dass *"[...] der öffentliche Raum keine eigenständige Kategorie ist, die unabhängig vom Menschen existiert [...]. Die Entwicklung der urbanen öffentlichen Räume ist immer schon eine Geschichte des Verhaltens der Menschen gewesen, die ihn figurativ bilden"* (Schubert, 2000, 7).

Wie im vorhergehenden Kapitel erwähnt müssen absolute und relationale Räume nicht zwingend als unvereinbare Kategorien gelten. Ich gehe also im absoluten Sinne davon aus, dass der gegenwärtige Zustand des öffentlichen Raums mit seinen Gebäuden, Straßen, Parks, Zeichen, etc. für alle gleichermaßen die Grundlage ihres Handelns und Fühlens ist. Im Sinne der relationalen Vorstellung gehe ich jedoch, davon aus, dass diese Bedingungen von jedem Einzelnen, abhängig von Geschlecht, Habitus, Status, usw., anders wahrgenommen, bewertet und in Verhältnis gesetzt werden, so dass der öffentliche Raum jedem anders erscheinen kann. Löw spricht in diesem Zusammenhang von Atmosphären über die sich Menschen in räumlichen (An)Ordnungen heimisch oder fremd fühlen (vgl. Löw, 2001, 272).

---

<sup>35</sup> „A place to which the public or a substantial group of persons has access including, but not limited to, any highway, street, road, sidewalk, parking area, shopping area, place of amusement, playground, park or beach located within the city... (New York Administrative Code, Chapter 1, Title 10, §10-125; zit.n. Alber, 1997, 652)“

Die Konstitution öffentlicher Räume beinhaltet nicht nur das Verhalten einzelner Personen oder Gruppen, sondern auch administratives und wirtschaftliches Handeln bzw. institutionellen Einfluss auf den Raum.

*„Spatial organization, therefore, represents the hierarchy of power. Spatial design is a political instrument of social control which the state uses to further its own administrative interest. The space of political jurisdictions and administrations thus provides the state with an independent instrument to further its own interests”* (Gottdiener, 1994, 126).

Öffentlichen Raum werde ich primär im städtischen bzw. urbanen Kontext behandeln, da *writing* ein genuin urbanes Phänomen ist. Des Weiteren kann der Zustand der Stadt immer auch als Analogie zum jeweiligen Zustand einer Gesellschaft verstanden werden, der in der Stadt besonders gut sichtbar wird (vgl. Schroer, 2006, 227).

*„Die Stadt – das ist nicht nur der ökonomische, politische, kulturelle und soziale Knotenpunkt der Moderne, sondern auch jener symbolische Ort, der die Komplexität, Widersprüchlichkeit und Brüchigkeit moderner Gesellschaften am deutlichsten demonstriert“* (Klein/Friedrich, 2003, 107).

Während früher in der Stadt Sozialraum sowie ökonomische und kulturelle Aspekte überwiegend lokalräumlich dimensioniert waren, so findet heute diesbezüglich eine Entgrenzung des Raums aufgrund globaler Vernetzung der nunmehr anonymer stattfindenden Prozesse des ökonomischen Handelns und der Kulturproduktion statt. Der lokale Raum wird zum Hyperraum einer Massenkonsumentkultur (vgl. Alber, 1997, 653).

#### **4.2.1 Ökonomisierung des postmodernen öffentlichen Raums**

Heute zeigt sich, dass moderne Großstädte mehr und mehr von der globalisierten Ökonomie geprägt werden. So orientiert sich die Stadtentwicklung und Stadtpolitik zunehmend an den infrastrukturellen Erfordernissen des globalen Marktes. Selbst soziale und kulturelle Standards werden an ökonomischer Effizienz gemessen. Sozial –und Kulturpolitik droht die Anpassung an die Wirtschaftspolitik (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 105).

Diese Entwicklungen äußern sich auch im öffentlichen Raum. Sie werden unter Schlagworten wie z.B. Funktionalisierung, Musealisierung, Eventisierung oder Privatisierung des öffentlichen Raums diskutiert.

So ist z.B. zu beobachten, dass zunehmend privatisierte Räume wie Einkaufspassagen entstehen. Orte an denen klassischerweise Öffentlichkeit stattfindet (Straßen, Plätze, Parks, Bahnhöfe, etc), sind durch Privatisierung öffentlicher Anlagen o. Ä. gefährdet. Diese privatisierten Räume stellen eigene Zugangs- und Verhaltensregeln auf und verwehren z.B. Armen, Drogenabhängigen, Obdachlosen oder irgendwie deviant erscheinenden Bevölkerungsgruppen den Zugang. So können Shopping Malls ihren Kunden ungestörtes konsumieren in Ruhe und Ordnung bieten und die Kunden müssen sich nicht in den ungeschützten, unkontrollierten öffentlichen Räumen bewegen, die angeblich immer gefährlicher werden (siehe auch 4.2.3) (vgl. Schroer, 2006, 232f). Diese privatisierten, scheinbar öffentlichen Räume können bestenfalls als teilöffentlich bezeichnet werden, da dort Selektionsprozesse durch rigide Verhaltens-, Verkehrs- und Aufenthaltsvorschriften stattfinden (vgl. Alber, 1997, 652). Hier wird deutlich, dass zwischen öffentlichem und privatem Raum durchaus fließende Übergänge herrschen<sup>36</sup>

Bei den privatisierten Räumen geht es zumeist um privatwirtschaftliche Interessen, die jedoch von der lokalen Politik protegirt werden, um Besucher in die Stadt zu locken, damit auch öffentliche Einnahmen zu generieren und das Image der Stadt zu verbessern. Denn es gilt: Je besser die Konsummöglichkeiten, desto attraktiver die Stadt.

Darüber hinaus werden seitens der öffentlichen Hand historische Innenstadtkerne musealisiert, die so zu Fassaden von Stadtgeschichte und touristischen Attraktionen werden (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 106).

*„Musealisierung betont den Symbolcharakter des Städtischen und schafft ein störungsfreies Lokalkolorit auf Kosten einer lebendigen kollektiven Identität“*  
(Klein/Friedrich, 2003, 106).

---

<sup>36</sup> Alber weist darauf hin, dass sich darüber streiten ließe, ob halböffentliche Räume mit Abstrichen eine Ausweitung des öffentlichen Raums oder eher Symptome seiner zunehmenden Privatisierung sind (vgl. Alber, 1997, 652). Dieser Diskussion soll sich hier nicht angenommen werden.

Eventisierung meint, dass lokale Stadtkultur wie z.B. kleine Straßenfeste zugunsten von Großevents weichen müssen. Der Wettbewerb im globalen Konkurrenzkampf um Investoren und Touristen hat Kunst-, Kultur- und Sportveranstaltungen zu harten Standortfaktoren gemacht. Das „theatrum mundi“ wird zum „theatrum konsumendi“, der öffentliche Raum zur Bühne von internationalen Events, mit der Gefahr der Entfremdung der Stadt von seinen Bewohnern (vgl. Klein/Friedrich, 2003, 106).

In Hamburg wird zwischen dem historischen Jungfernstieg und dem neu entstehenden „Reißbrettstadtteil“ Hafencity – beide gleichermaßen prestigeträchtig – eine neue U-Bahn Linie gebaut<sup>37</sup>. Schon Jahre vor der Eröffnung, bevor auch nur eine Bahn die Strecke gefahren war, sollte der Öffentlichkeit mittels Computersimulationen die Atmosphäre dieser neuen „Bahn für Hamburg“ nahegebracht werden (vgl. Hamburger Hochbahn AG, 2008) Dieser neue Ort und insbesondere seine Atmosphäre waren neu entstanden ohne dass es ihn in Folge eines Spacings tatsächlich gegeben hätte. Es zeigt sich, dass durch die ökonomisierten Machtverhältnisse institutionalisierte Spacings realisiert werden, die durch Inszenierung von Atmosphären verschleiern, dass der städtische Raum durch wirtschaftliche Interessen und politisch-administratives Identitätsmanagement geprägt wird (vgl. Löw, 2001, 261; Hard, 1987, 145).

#### 4.2.2 Mediatisierung

Die rasante technologische Entwicklung hat Kommunikation in den letzten hundert Jahren von der Straßenecke oder dem Marktplatz in ein weltumspannendes Netz der Massenmedien, insbesondere des Fernsehens und des Internets verschoben. Öffentlicher Raum als Raum des Politischen, in dem ein Austausch stattfindet, ist mehr und mehr zu einem Raum geworden, in dem Kommunikation nur noch in eine Richtung stattfindet. Die Medien senden. Der Konsument empfängt. Der Rückkanal ist im System nicht vorgesehen. Zwar ist einzuräumen, dass die Mediatisierung Kommunikation vereinfacht und vervielfacht, aber gleichzeitig, in Verbindung mit der von Sennet beklagten Intimisierung zu weniger direktem zwischenmenschlichen

---

<sup>37</sup> Dieses Video zeigt die *writer* *NOMOR*, *EVIL* und *KICK* wie sie die noch nicht eröffnete Haltestelle Überseequartier bemalen. Dies zeigt wie prestigeträchtig es für die *writer* ist solche, für „das System“ ebenso prestigeträchtige Orte zu *bomben*. (<http://www.youtube.com/watch?v=pBh1woHeuY> (Zugriff: 22.08.12))

Austausch geführt hat (vgl. Jonas/Schumacher). Man denke nur an die Möglichkeiten, die die mobile Telekommunikation eröffnet hat. Private Kommunikation im öffentlichen Raum hat sich so vermehrt und der öffentliche Raum als politischer Raum geht dahin. Schubert konstatiert, der öffentliche Raum der Stadt habe durch die Entwicklung der Massenmedien seine politischen Funktionen weitgehend an den privaten Raum verloren (vgl. Schubert, 1999, 3f).

Jedoch hat die Mediatisierung nicht nur die Konstitution des Politischen im öffentlichen Raum, sondern auch dessen Erscheinungsbild verändert. Kaum ein Ort in der Stadt kommt noch ohne Werbeplakate, Bildschirme, etc. aus. Die Menschen sind einem unüberschaubaren Aufkommen an Zeichen ausgesetzt, die in den meisten Fällen Appelle darstellen etwas zu tun, zu lassen, zu kaufen oder zu leben. Auch hier hat der ökonomische Nutzen Priorität. Nichts prägt heute, neben dem Verkehr, das Antlitz der öffentlichen Räume mehr als Werbung. Sie ist ungebetene, aber gleichwohl (mehr oder minder) klaglos hingegenommene Machthaberin über einen großen Teil der Fläche, die eine Stadt zu bieten hat. Auch sie ist ein schillerndes Beispiel für die Ökonomisierung der öffentlichen Räume. Egal wie fragwürdig oder aufdringlich die Botschaft ist, der Werbende braucht nur zu zahlen und kann sie verbreiten. Baudrillard meint hinsichtlich der Werbung als angebliche Bereicherung der urbanen Welt:

*„In Wirklichkeit aber ist sie nichts als kalte Animation, Simulakrum des Appells und der Wärme, sie gibt niemandem ein Zeichen, sie kann nicht durch eine eigenständige oder kollektive Lektüre wiederaufgenommen werden, sie kreierte kein symbolisches Netz. Mehr als die Mauern, die sie tragen, ist die Werbung selbst eine Mauer, eine Mauer aus funktionalen Zeichen, gemacht, um decodiert zu werden, Zeichen, deren Wirkung in der Decodierung sich erschöpft“ (Baudrillard, 1973, 27f).*

Die allgegenwärtige Mediatisierung des öffentlichen Raums schließt auch die Architektur ein, deren Fassaden zu Bild- und Imageträgern werden. Bereits in den 1990er Jahren kamen die ersten Architekturansätze auf, die die Fassaden der Gebäude mithilfe von Projektionen, Bildschirmen etc. zu Medien- und Informationsflächen werden lassen wollten (vgl. Alber, 2008, 654f). Architektur wird, so Alber, zu einem glitzernden Oberflächenphänomen, referenzlosen Zeichenspiel,

dessen eigentlicher Sinn in der Zeichenhaut, einer Fassade ohne Inhalt, liegt (vgl. Alber, 1997, 643f).

*„Wände dienen immer weniger dazu, Räume einzuschließen, und werden mehr und mehr zu einem Medium der Übertragung“ (Alber, 1997, 655).*

### 4.2.3 Überwachung und Kontrolle

Bis ins 20. Jahrhundert hinein waren öffentliche Räume durch tiefgreifende informelle soziale Kontrollstrukturen geprägt. Diese waren durch wiederum sehr formelle Verhaltensstandards der bürgerlichen Gesellschaft<sup>38</sup> und die noch klare soziale und funktionelle Struktur der öffentlichen Räume bedingt. Im 20. Jahrhundert hat sich seit dem ein informelleres und affektiveres Verhalten durchgesetzt. Das persönliche Motiv unter dem Postulat der Freiheit und Selbstverwirklichung des Individuums bekam Vorrang und veränderte so auch die auf hohe Affektkontrolle usw. zugeschnittenen Muster öffentlicher Räume (vgl. Schubert, 1999, 4f). Sennet nannte diese Räume narzisstische Stadträume, die nur mehr Projektionsfläche des Selbstverwirklichungsstrebens der Individuen wurden. Gestaltungsziele im narzisstischen Stadtraum würden zu perfektionistischen Überlegenheitsgesten verkommen. Auch betone er zwar seine Offenheit für alle sozialen Gruppen, obwohl er Randgruppen nicht integrativ, sondern mit starken Abwehrreaktionen begegne, also seine Integrationsqualitäten überschätze (vgl. Jonas/Schumacher).

So hält also das Private in Form privatisierter Räume und der Selbstbezogenheit der Individuen Einzug in den öffentlichen Raum, was die informellen Regelmechanismen verkümmern lässt. Der öffentliche Raum verliert zusehends seine Funktion als „[...] sozialräumlicher Rahmen für die Regulierung des menschlichen Verhaltens [...]“ (Schubert, 1999, 17), wodurch die von Ausgrenzung nicht betroffenen Bevölkerungsteile sich in diesem bedroht fühlen und der Wunsch nach formalen Instanzen der sozialen Kontrolle und Überwachung der Räume aufkommt. Dieser Wunsch treibt den Rückzug in die privatisierten teilöffentlichen und überwachten

---

<sup>38</sup> Z.B. der Gebrauch traditioneller Höflichkeitsfloskeln, Standards des „guten Geschmacks“ in Sachen Kleidung, Aussehen und Ausdrucksformen oder auch ein standesgemäßes Verhalten entsprechend dem gesellschaftlichen Status oder der Klasse und im Umgang miteinander in der Öffentlichkeit.

Räume und damit die weitere Privatisierung voran (vgl. Schroer, 2006, 233). Der herkömmliche öffentliche Raum kann mit den Standards der privatisierten Räume nicht konkurrieren. Das Interesse sich darin aufzuhalten sinkt, so auch seine Bedeutung als Kommunikationsraum; als Ort der potentiellen Begegnungen zwischen allen sozialen Gruppen (vgl. Jonas/Schumacher). Damit besteht die Gefahr, dass öffentlicher Raum zu einer Art Reservat für ausgeschlossene Bevölkerungsgruppen wird, er damit in den Augen des „Normalbürgers“ immer gefährlicher wird und sich damit wieder die Nachfrage nach geschützten, geschlossenen und inszenierten Räumen erhöht.

Dass sich Stadtpolitik an ökonomischen und privaten Interessen bezüglich des Stadtraumes orientiert, die Stadt sich in ihrer baulichen und kommerziellen Ausrichtung dem Modell von Shopping Malls annähert, wurde bereits deutlich. Auch vor dem Hintergrund von Überwachung und Kontrolle, die von großen Teilen der Bevölkerung begrüßt wird, ist die Tendenz sichtbar den öffentlichen Raum in letzter Konsequenz auch den herrschenden Regel- und Kontrollmechanismen der privaten Einkaufspassagen o.Ä. anzupassen<sup>39</sup> (vgl. Jonas/Schumacher).

Öffentlicher Raum wird also zur Nutzfläche meist ökonomischer und politischer, in den wenigsten Fällen jedoch sozialer Interessen. So repräsentiert der öffentliche Raum zunehmend politische, ökonomische und mediale Gestaltungs- und Kontrollmacht. Baudrillard spricht in diesem Zusammenhang von einer Dimension politischer Ökonomie, die sich durch die *„[...] Besetzung, Vernetzung und Abtragung aller Sozialität durch die Zeichen [...]“* (Baudrillard, 1978, 19) auszeichnet.

#### **4.2.4 Die Dekonkretisierung des Raums**

*„Urban movements entspringen dem Widerspruch zwischen einem eher abstrakten Raum von „Flüssen“ des global agierenden Kapitals und der*

---

<sup>39</sup> Freilich lassen sich noch andere Gründe für den Trend zu Überwachung und Kontrolle ausmachen (z.B. die medial und politisch kommunizierte Sorge vor terroristischen). Zudem ist eine allgemeine Entwicklung des Zeitgeistes in Richtung einer „neuen Kontrollgesellschaft“ bzw. erhöhter Sicherheitsmaßnahmen in allen Lebensbereichen zu beobachten (vgl. Schierz, 2009, 12-132). Ob und wie besorgniserregend das ist, soll hier nicht bewertet werden.



*Raumerfahrung menschlicher Existenz an konkreten Orten*“ (Alber, 1997, 827).

Alber bringt so das Spannungsfeld zwischen den verflüssigten „Nicht-Orten“<sup>40</sup> der postmodernen Stadt und dem Bedürfnis des Menschen nach konkreten beleb- und beeinflussbaren Räumen m. E. recht trefflich auf den Punkt.

Durch die ökonomische Umstrukturierung und Flexibilisierung, die Abnahme und Delokalisierung verlässlicher Sozialstrukturen, die Mediatisierung in Form von Telekommunikation, der Bilder-, Informations- und Zeichenflut sowie durch die Entwicklung des Verkehrs verliert Stadtraum als Kulminationspunkt dieser Entwicklungen an Kontinuität, Kohärenz oder Konkretheit. Dies wurde in seinen verschiedenen Ausformungen unter Begriffen wie Verflüssigung, Abstraktion, Fragmentierung, Verinselung, Verlust oder Diffusion des Raumes diskutiert. Ihnen allen ist gemein, dass sie Raum in unterschiedlicher Weise als unkonkret beschreiben, weshalb sie hier unter dem Begriff der Dekonkretisierung des Raums zusammengefasst werden.

So sprach Castells von einer Verflüssigung des Raums, dem „Space of Flows“. Es entstehe eine Gesellschaft, die von Flüssen bzw. Strömen beherrscht wird. (vgl. Löw, 2001, 106). Die alte Raumlogik des Raums der Plätze würde ersetzt durch den Raum der Flüsse bzw. den fließenden Raum (vgl. Schubert, 1999, 20). Gemeint sind *„[...] Ströme von Botschaften, Ströme von Vorstellungsbildern, Ströme von Klängen, Ströme von Kapital, Ströme von Informationen, Ströme von Anweisungen, Ströme von Technologien, Ströme von Waren, Ströme von Arbeit“* (Castells, 1994, 124; zit.n. Löw, 2001, 106). Er bezog sich mehr auf den Fluss an Waren, Dienstleistungen, Informationen und Geld. Dem kann auch der Fluss an Bewegung hinzugefügt werden, in dem sich der Mensch in der modernen Stadt wiederfindet. So wird öffentlicher Raum zu einem *„[...] Raum von Flüssen, statt Standorten, ein Raum variabler Geometrie, in der sich die Bedeutung alles Lokalen, Bodenständigen seiner Geschichte, seiner Kultur oder den Institutionen entzieht, um beständig durch ein*

---

<sup>40</sup> Der Begriff der „Nicht-Orte“ wurde von Marc Augé geprägt. Er bezog ihn auf geschichts- und identitätslose Orte der postmodernen globalisierten Welt wie z.B. Flughäfen, U-Bahnen, Supermärkte etc., die Einsamkeit schaffen und individuelle Identitäten verhindern (vgl. Augé, 2010).

*abstraktes Netz von Informationsstrategien und –entscheidungen neu definiert zu werden“ (Alber, 1997, 207).*

Alber deutet an, dass die Verflüssigung zu „Nicht-Orten“ zu einer Art „Geschichtslosigkeit“ der Orte führt. Die variablen und mediatisierten (Aussen)Flächen der Stadt verhindern, dass Orte eine Geschichte annehmen können mit der sich identifiziert werden kann. Orte die mit den Erlebnissen ihrer Rezipienten wachsen und zu Erinnerungsorten werden. Hat sich der Bewohner der postmodernen Stadt beispielsweise erst an ein haushohes Werbeplakat gewöhnt, wird schon mit einem Anderen für etwas Anderes geworben. Die Entstehung von Geschichte an Orten wird durch die Variabilität der Erscheinung und Geschwindigkeit der Veränderung unterdrückt.

Dies muss keineswegs so sein, wie am Beispiel des Times Square in New York zu sehen ist, der aber gerade durch seine Medialität und dauernde Veränderung berühmt ist und so diese These möglicherweise doch wieder unterstützt. Texte, die einen expliziten historischen Bezug aufweisen sind bei Albers Erhebungen am Times Square mit 9, also 1,1% der Gesamtzahl beziffert (vgl. Alber 1997, 436). Bezeichnend ist auch, dass das Monument des „Father Duffy“ auf dem Times Square, zwar prominent platziert, *„[...] inzwischen aber durch den Ticket-Schalter optisch ins Abseits gedrängt [...]“* (Alber, 1997, 445) wurde.

Ein weiterer Aspekt der Raum dekonkretisiert, ist die Zunahme an zu verarbeitenden Reizen, denen sich der Mensch ausgesetzt sieht und die es zu ordnen, einzuordnen und zu selektieren gilt. So handelt es sich gewissermaßen um eine Dekonkretisierung der Sinnesreize oder um eine schlichte Reizüberflutung.

Zum Bild der Flüsse passt das der Verinselung. Verinselung meint insbesondere in Bezug auf räumliche Vergesellschaftung von Kindern, dass diese Raum nicht mehr als etwas Einheitliches kennenlernen. Seit den 1970er Jahren wurden aus „Tante-Emma-Läden“ Supermärkte, aus Schulen Schulzentren, aus Freiflächen funktionsgebundene Parkplätze. Monofunktionale, anregungsarme Wohnsiedlungen am Stadtrand entstanden und das Entdecken und Spielen im Lebensraum wurde durch spezialisierte Angebote wie Spielplätze, Bolzplätze, Jugendzentren und diverse Vereinsmitgliedschaften ersetzt (vgl. Löw, 82f). Statt der konzentrischen

Aneignung der Räume um den Wohnort werden nun Inseln, die über die ganze Stadt verstreut sein können aufgesucht und der alltägliche umgebende Raum präsentiert sich mehr als Stückwerk, denn als konsistentes, konkretes, sowie kohärentes Ganze. Doch auch der Raum der Erwachsenen löst sich, ob im Auto, dem Flugzeug oder in der Bahn; mit dem Durchqueren des Raums der Ströme in Fahrzeugen, auf dem Weg zur nächsten Insel in eine „[...] *diffuse Neutralität* [...]“ (Schubert, 1999, 19) auf.

Durch diese veränderten Räume unterliegt subjektives Raumwahrnehmen und –erleben einer fundamentalen Wandlung und wird „[...] *eigenartig flüchtig, ephemer, unstet* [...]“ (Alber, 1997, 207). Im Bezug auf Zukin spricht Alber von Liminalität. Räumliche Grenzen ehemaliger Raumeinheiten werden durchlässig. Das ständige Gleiten zwischen natürlichen und künstlichen, öffentlichen und privaten, globalen und lokalen, etc. Raumdimensionen erzeugt Überlagerungen, Pastiche und Simulakra in der Raumwahrnehmung, wodurch die Ausbildung räumlicher Identitäten erschwert wird (vgl. Alber, 1997, 207).

## 5. Diskussion

Geht es nun um die Frage des Verhältnisses von *writing* zum öffentlichen Raum, soll hier zwischen zwei grundsätzlichen Perspektiven unterschieden werden: Zum einen, wie sich das Verhältnis unter Berücksichtigung des *writers* darstellt und zum anderen, wie es auf rein semiotischer bzw. symbolischer Ebene gelesen werden kann.

Folgt man den gängigen Lesarten, die die Bedeutung des öffentlichen Raums für die *writer* berücksichtigen, wird lediglich darauf eingegangen, dass *writing* als sub- bzw. jugendkultureller Ausdruck, eine Selbstvergewisserung bzw. Identitätsdarstellung oder eine Form der Kommunikation darstellt, für die der öffentliche Raum genutzt wird bzw. den Schauplatz darstellt. Weniger zur Sprache kommt, dass neben dem Nutzen der Darstellung von Identität, die aktive und kreative Auseinandersetzung des *writers* mit dem Raum gleichzeitig Identität herstellen kann. Raum wird lediglich als Übertragungsmedium der Kommunikation von Identität berücksichtigt; ihm selbst kommen dabei wenige Eigenschaften zu. Volland bezeichnet ihn gar als Folie, die genutzt wird, um wahrgenommen zu werden (vgl. Volland, 2010, 93). Der öffentliche Raum wird gewissermaßen als etwas außerhalb des Menschen bzw. zwischen den Menschen betrachtet, mit dem diese etwas machen, den sie für etwas nutzen, also im Grunde als Bühne für menschliches Handeln gesehen. Dabei bedingen sich Räume und Menschen gegenseitig, wie aus den vorherigen Ausführungen deutlich wurde, und pflegen im Idealfall eine Art symbiotisches Verhältnis.

Alber meint, dass die Ideologie der Intimität und das Postulat der Selbstverwirklichung des Individuums im Stadtraum alle politischen Kategorien in psychologische verwandelt (vgl. Alber, 1997, 530). Löw verweist in ihrem Entwurf zu einer Soziologie des Raumes darauf, dass sich Menschen über Atmosphären in räumlichen (An)Ordnungen heimisch oder fremd fühlen können (vgl. Löw, 2001, 272). Darüber hinaus finden die Wirkungen der Umwelt auf das Individuum wenig Beachtung, da dies nicht die Aufgabe der Soziologie ist. Die Umweltpsychologie wiederum befasst sich u. A. mit der Bedeutung räumlicher Umwelten für die Entwicklung und Stabilisierung von Identität und Selbst einer Person. Dabei wird mit den Begriffen Ortsbindung und Ortsidentität gearbeitet, die sich im Grunde nur nominell unterscheiden. Folgende Überlegungen bezieht Fuhrer auf die Ortsbindung:

„Sofern sich Orte durch persönliche Gestaltung aneignen lassen, werden diese zu Repräsentanten des Gestalters. Damit tragen sie einerseits zu seiner Identitätsbildung, andererseits zur Regulation sozialer Kontakte bei. [...] Wenn Bewohner auf diese Weise über Orte ihre Identität und ihre Sozialkontakte regulieren, dann binden sie sich, [...], auch emotional an diese Orte, weil diese im weitesten Sinne der intentionalen Gestaltung ihres Selbst, d.h. ihrer Kultivation dienen. Orte, die sich der Aneignung widersetzen, [...], erschweren die Identifikation; die Bewohner können nicht heimisch werden“ (vgl. Fuhrer, 2008, 424f).

Weiterhin wird vermutet, dass die Wirksamkeit emotionaler Regulationsprozesse eine weitere Grundlage der Ortsbindung darstellt. Dabei wird zwischen drei Kategorien unterschieden: *Sicherheit*, *Erregung (Aktivation)* und *Autonomie*. *Sicherheit* meint das Gefühl der Vertrautheit mit einer Umwelt, das sich auf die psychische Reduktion von Komplexität an einem Ort bezieht. So bietet raumbezogene Identität die Erfahrung von Konstanz und Vorhersehbarkeit. Diese ist Bedingung für Handlungsentwürfe und die Stabilisierung und Weiterentwicklung der Ich-Identität. *Erregung* und *Aktivierung* sind von der Fremdheit und Relevanz einer Umwelt geprägt. Identifizierte Umwelten können zu Handlungen und Erlebnissen anregen oder langweilen wenn sie als monoton erlebt werden. Entscheidend ist die aktive und kreative Auseinandersetzung mit der räumlichen Umwelt. *Autonomie* schließlich bezeichnet das Gefühl der erlebten Handlungskontrolle, bezogen auf gestaltende, eingreifende und Einfluss nehmende Interaktion mit der Umwelt. Als bedeutsamer Teil der Aneignung zeigt diese sich im Hinterlassen von Spuren, in denen man sich selbst wiedererkennt; der Ort zu einem Symbol des Selbst wird. (vgl. Fuhrer, 2008, 427f).

Die beschriebenen Entwicklungen im öffentlichen Raum, die gleichzeitig Symptome allgemeiner gesellschaftlicher Tendenzen sind, können als restriktiv, einschränkend, diffus usw. empfunden werden. Die Bewohner der Stadt sind zusehends den öffentlichen Räumen bzw. deren Zweck und ihrer oktroyierten Zeichenmacht ausgeliefert. Sie haben zunehmend weniger Einfluss auf die Räume, die sie umgeben, in denen sie leben, während diese zunehmend mehr Einfluss auf sie nehmen. Daraus entstehen Atmosphären der Macht, der Kontrolle, der Wahllosigkeit, der Auslieferung, der Unstetigkeit, der visuellen Überlegenheit etc., durch die sich

der Mensch vom Raum bevormundet und gezwungen fühlen kann seinen Postulaten zu folgen oder sich dem Wahn einer Identifikation mit austauschbaren Leitmodellen und bereitgestellten Simulationsmodellen ausgesetzt sieht (vgl. Baudrillard, 1973, 22). Der Raum kann in solch einem Verhältnis nicht Identität stiftend im Sinne des Konzepts der Ortsbindung wirken.

Nach diesen Überlegungen kann man den öffentlichen Räumen, wie sie oben beschrieben wurden, unterstellen, dass sie sich der Aneignung widersetzen und das Wirken der drei emotionalen Regulationsprozesse erschweren. *Writing* kann also vor diesem Hintergrund als Mittel zur Gewinnung von Ortsbindung und damit zur Schaffung von räumlicher Identität, die als Substruktur der Selbst-Identität verstanden wird (vgl. Fuhrer, 2008, 429), gesehen werden. Das *writing* wird zum Mittel der Rekonkretisierung. Dieser Beitrag zur Ortsbindung, der Identifikation mit dem Lebensraum, den das *writing* leisten kann, betonen auch die *writer* selbst. So z.B. einer der von Behforouzi Interviewten:

*„Das habe ich gemacht. [...] Die Stadt wurde durch die Bilder ein Teil von mir. Und es gab mir ein Gefühl von Sicherheit, meine Bilder an der Wand zu sehen“* (Behforouzi, 2006, 116).

Auch Askew aus Neuseeland sagt etwas dazu:

*„I definitely do feel proud of being a city kid, being a product of the city in a lot of ways. [...] This is me. This is my right to express myself where I live. [...] And I have a sense of belonging, that otherwise, maybe I wouldn't have.“*  
(Thouw, 2007, min. 30:50)

Neben dem Bedürfnis nach räumlicher Identität kann man dem Menschen ein feines Gespür für Ungleichheiten, Ungerechtigkeiten und aus dem Gleichgewicht geratende Machtverhältnisse zuschreiben – unabhängig von Erkenntnis und Wissen über die betreffenden Zusammenhänge. Fehlt es also an Möglichkeiten zur Identifikation, (sozialer) Gerechtigkeit oder Teilhabe, kann ein innerer Druck entstehen, der sich je nach körperlichen, materiellen, symbolischen, etc. Ressourcen in Form von z. B.

Wut<sup>41</sup>, Resignation, politischer Aktivität oder sonstigen Strategien mit dem subtilen Gefühl des „Irgendetwas-stimmt-hier-nicht“ umzugehen, auswirkt. Löws Raumsoziologie vermag dies zu erklären. Aus ihrem Konzept geht deutlich hervor, dass die Konstitution von Raum immer auch ein Aushandeln von Machtverhältnissen und so oft Gegenstand sozialer Auseinandersetzungen ist (siehe auch Kapitel 4.1). Gesellschaftliche Hierarchien, Machtverhältnisse, Ein- und Ausschlüsse manifestieren sich immer auch räumlich. So sind sie für jeden, auch ohne Erkenntnis über explizite Zusammenhänge, spürbar. So würde sich auch die meist unbestimmte aber entscheidend zum Selbstverständnis und zur Attitüde der *writer* beitragende, antibürgerliche, zuweilen sogar kriegerische Haltung erklären lassen<sup>42</sup> (siehe auch Kapitel 3.4.4).

Was hier Dekonkretisierung genannt wird führt zu Diskussionen um das Verschwinden der Räume (vgl. Schroer, 2006, 161ff). *Writer* machen ihn durch den Akt des Malens und die, wenn auch oft nur kurze, Existenz ihres Werkes wieder konkret bzw. stellen ihn, folgt man der Vorstellung des verschwundenen Raumes, wieder her. Auch im Sinne Löws handelt es sich um die Herstellung von Räumen, im speziellen gegenkultureller Räume.

Gegenkulturelle Räume sind als Schaffen eigener institutionalisierter (An)Ordnungen, die individuelle Handlungsoptionen eröffnen und der Dominanzkultur entgegenlaufen, zu verstehen (siehe auch Kapitel 4.1). Diese können, wie Widerstand allgemein, zur Veränderung gesellschaftlicher Strukturen führen oder diese mit der Übertretung bestätigen. Wie im Kapitel 3.4.4 ausgeführt ist die *writing*-Kultur zu einem großen Maße über Illegalität, also Gegenkulturelles Handeln definiert, dies jedoch nicht mit dem Ziel oder der Hoffnung, *writing* würde irgendwann legalisiert bzw. sonstigen Zielen gesellschaftliche Strukturen zu ändern. Denn änderten sie sich, würden den *writern* essentielle Handlungsgrundlagen entzogen, auf denen ihre Kultur fußt. Schließlich geht es ihnen nicht allein um das Werk, sondern zum mutmaßlich größeren Teil um den performativen Akt und den Erlebnisraum, den die öffentlichen Räume mit ihren Besitz- und Machtverhältnissen bieten. Sie haben also im Grunde

---

<sup>41</sup> Man denke an die Ausschreitungen in London im August 2011

<sup>42</sup> Freilich gibt es auch andere zu berücksichtigende Erklärungen. So ist z.B. der jugendsoziologische bzw. jugendkulturelle Ansatz sehr verbreitet (z.B. Steinat, 2007 u. A.)

kein Interesse ihre widerständige, subversive Position zu verlieren und bestätigen so die gesellschaftlichen Strukturen, anstatt sie zu verändern. Ihr vermeintlich widerständiges Verhalten kann so auch als eine Art Anpassung gelesen werden. In Kapitel 3.2 wurde erwähnt, dass die Angst der Mehrheitsgesellschaft die Kontrolle über den Raum zu verlieren, sie veranlasste mehr zu kontrollieren, sich mit Vehemenz gegen das damals neue Phänomen zu stemmen. Die *writer* haben also durch ihr gegenkulturelles Verhalten die gesellschaftlichen Strukturen in ihrem Wirken bestätigt oder gar dazu beigetragen, dass sie sich verfestigen.

Obwohl sie eine Antihaltung einnehmen bzw. eine widerständige Attitüde haben, haben sie mehrheitlich keine politische Intention, scheinbar wohl aber eine revolutionäre Intuition (vgl. Baudrillard, 1973, 30). Volland meint der Begriff des Politischen könne nur bedingt auf das *writing* angewendet werden, da im Sinne Arendts aufgrund der Anonymität der *writer* kein fruchtbarer Meinungs Austausch stattfinden könne und die Symmetrie des Kommunikationsprozesses durchbrochen sei (vgl. Volland, 2010, 102ff).

So verstanden erhebt sich das *writing* also trotz fehlender unmittelbar politischer Intention aus der (unpolitischen) Inhaltsleere. Das tut es zwar auch wie in Kapitel 3.4 beschrieben, dort jedoch nur für Szenemitglieder bzw. -kundige. Für den Rest bleibt es verschlüsselt und unverständlich.

An diesem Punkt setzt auch die Frage an, wie das Verhältnis der Graffiti als Zeichen und Symbole zum öffentlichen Raum zu bewerten ist. Trotz des Alters von Baudrillards Aufsatz „Kool Killer oder der Aufstand der Zeichen“, zu dessen Entstehungszeitpunkt *writing* noch ein sehr junges Phänomen und seine Entwicklung noch nicht abgeschlossen war, treffen seine Ausführungen auch heute noch zu.

Im Grunde führt er all die Entwicklungen des öffentlichen Raums nach der post-industriellen Wende, die oben beschrieben wurden, auf einen grundsätzlichen Wandel der Stadt vom Ort der Produktion, industriellen Konzentration und der Ausbeutung als Realisierung der Arbeitskraft, zu der Stadt als Ort der Reproduktion von Zeichen zurück. Die Metallurgie sei zur Semiurgie geworden. Das System würde sich nun nicht mehr nur ökonomisch und im Raum reproduzieren, sondern auch auf der Ebene der Zeichen und Codes, durch die symbolische Zerstörung



gesellschaftlicher Verhältnisse (vgl. Baudrillard, 1978, 19ff). Er beschreibt die Zeichen als die operationale Semiologie der Ökonomie des Systems, „[...] *das politische Instrument jener Operationalisierung der Stadt vermittelt der Zeichen*“ (Baudrillard, 1978, 19).

Aus dem Wertgesetz der Ökonomen sei ein Wertgesetz im Sinne Saussures geworden. Jeder Term eines Systems habe keinen Wert an sich, sondern nur durch seine Beziehung zu allen anderen Termen. Der Wert ginge aus der totalen Austauschbarkeit der Elemente hervor. Es sei dieses linguistische und strukturelle Wertgesetz, das regiert und der phantastischen Ausweitung des ökonomischen Wertgesetzes entspricht. Wohnung, Transport, Arbeit, Freizeit, Kultur – alles sei analytisch konzipiert, projiziert und realisiert (vgl. Baudrillard, 1978, 20f).

Die Wahrheit der Stadt liege nicht mehr in einem geographischen Ort, sondern in der Einschließung in die Zeichen.

*„Sie ist das Ghetto des Fernsehens und der Werbung, [...] der Konsumenten/Konsumierten, der im voraus gelesenen Leser, der codierten Decodierer sämtlicher Botschaften, der Zerstreuer/Zerstreuten der Freizeit usw. Jeder Zeit/Raum des urbanen Lebens ist ein Ghetto [...]“* (Baudrillard, 1978, 21).

Die Solidarität des Zeitalters der Produktion sei wie das Zeitalter selbst, abgelöst von der Zeit der „Re-Produktion“, der Zeit des Codes und der totalen Austauschbarkeit der Elemente. Im Zeichen des Fernsehens, des Autos und der in die Medien eingeschriebenen Verhaltensmodelle sind die Menschen austauschbar; ausgerichtet auf einen Wahn der Identifikation mit Leitmodellen und bereitgestellten Simulationsmodellen. Sie würden zu Individuen mit variabler Geometrie, während der Code fix bleibe. Das Monopol des alles durchziehenden Codes sei die wirkliche Form der gesellschaftlichen Verhältnisse. Die wirkliche Form der gesellschaftlichen Herrschaft sei dabei der Unterschied zwischen Sender und Empfänger, zwischen Produzenten und Konsumenten. Demnach sei politisch nur von Belang was diese Herrschaft der Zeichen, die Semiokratie, die neue Form des Wertgesetzes attackiert. (vgl. Baudrillard, 1978, 21ff).

Baudrillards Analyse bleibt zwar sehr theoretisch und sprachlich recht pathetisch/fatalistisch, lässt sich aber durchaus mit den oben beschriebenen Entwicklungen im öffentlichen Raum in Deckung bringen. Bezieht man seine Aussagen auf die im Raum, durch Zeichen und Symbole, repräsentierten bzw. in (An)Ordnungen manifestierten Machtverhältnisse, lässt sich sagen, dass die Graffiti gerade aufgrund ihrer Botschafts- und Inhaltslosigkeit als politisch gesehen werden können. Denn sie dekonstruieren den ebenso inhaltsleeren Code des öffentlichen Raum. Sie bringen Unordnung in die räumliche Ordnung bzw. ordnen sie gewissermaßen um. Die Macht der Medien, der Zeichen, der herrschenden Kultur wird vom Non-Code Graffiti durch seine bloße Präsenz in Frage gestellt.

Der von Sendern und Produzenten, im Sinne Baudrillards, gestaltete Raum der einseitigen Kommunikation bekommt eine Antwort von einigen als Empfänger und Konsumenten vorgesehenen, die sich aus ihrer oktroyierten Rolle befreien und selbst zu Sendern werden. Sie treten in Diskurs mit dem Raum, der einen Monolog hält.

Dadurch, dass das *writing* einen Non-Code darstellt, die „*Macht der (Seh-)gewohnheit*“ (Volland, 2010, 94), sowie die räumliche Ordnung durchbricht und die Herrschaft des diskursiven Codes dekonstruiert, bekommt es seine irritierende Wirkung und sogar eine politische Dimension. Auch Baudrillard beschreibt *writing* nicht nur „[...] als Teil einer post-fordistischen oder postmodernen Stadtformation mit neuen sozialen Teilungspraktiken und neuer, post-industrieller Produktion, sondern auch [...] als post-politische Widerstandsform, mit der stadträumliche Erscheinungen reartikuliert werden“ (Schierz, 2009, 231f).

Vor dem Hintergrund dieser Ausführungen erhebt das *writing* sich also trotz fehlender politischer Intention aus der (unpolitischen) Inhaltsleere. Dass der Protest nicht bewusst als solcher inszeniert ist, schmälert seine subversive Wirkung nicht. Baudrillard spricht statt von politischer Intention von revolutionärer Intuition (vgl. Baudrillard, 1978, 30). Ob im Jahre 2012 im Zusammenhang mit *writing* noch von revolutionär die Rede sein kann sei dahingestellt. Die Tatsache, dass *writing* trotz fehlender politischer Intention eine politische Dimension hat, ist nach meiner Auffassung damit dennoch sehr gut getroffen.

## 6. Schlussbetrachtung

Ob die hier dargestellten postindustriellen Bedingungen es tatsächlich derart erschweren, sich mit dem Raum, in dem man lebt, zu identifizieren und tatsächlich eine fundamentale Veränderung in der Wahrnehmung von Raum, Leben und Gesellschaft hervorrufen, kann freilich in Frage gestellt und im besten Fall empirisch eruiert werden. Dies würde sich allerdings als schwierig erweisen, da den erhobenen Daten nur schwerlich valide Vergleichsdaten gegenübergestellt werden könnten. Denn untersuchte man die Raumwahrnehmung der Gegenwart, fehlten entsprechende Daten aus der Vergangenheit. Retrospektive Einschätzungen von Studienteilnehmern bezüglich ihrer früheren Wahrnehmung wären beeinflusst durch ihre jetzige. Langzeitstudien wären also das Mittel der Wahl; bestenfalls über mehrere Generationen. Die Geschichte hat oft gezeigt, dass einschneidende zivilisatorische Veränderungen zunächst immer auch Sorge um oder den Abgesang auf die Menschheit, die Kultur, den Anstand usf. mit sich brachten. Waren diese Veränderungen zur Norm geworden, wurde sich um etwas anderes gesorgt. War der damals der Buchdruck erst Teufelswerk, ist der Mensch heute bedroht durch das Internet oder ständige Erreichbarkeit. Auch Alber spricht im Jahre 1997 von neuen Medien wie dem heute veralteten „Walkman“, die in den öffentlichen Raum eindringen. Auch heute noch gibt es Diskussionen darüber, wie besorgniserregend oder schädlich es ist, wenn Jugendliche in der Bahn simultan auf einem Ohr Musik hören, mit ihrem Smartphone die neuesten Facebook Updates checken und dabei noch mit ihrem Sitznachbarn das Fußballspiel von gestern besprechen. Für sie ist das vollkommen normal und sehr wahrscheinlich werden sie sich später, im gleichen Modus befindend, über das Verhalten der dann Jugendlichen wundern. *Writing* also als sublimale Reaktion auf die postindustriellen Bedingungen im öffentlichen Raum zu verstehen, ist nur eine Möglichkeit, die durchaus widerlegbar wäre.

Neben der strafrechtlichen Dimension die den gesellschaftlichen Tenor beherrscht, kann *writing* also durchaus als diskursiver Beitrag zur Gesellschaft gesehen werden. Außerdem stellt es einen der wenigen Einflüsse im öffentlichen Raum dar, die dessen Ordnung durchbrechen und so die Existenz des Anderen, das systematisch aus ihm verdrängt wird, sichtbar machen. Dies stößt vielen Menschen sauer auf, da xenophobische Züge dem Wesen des Menschen innewohnen. Aber so erging es dem Fremden und Anderen zu allen Zeiten, so wie es auch immer seinen Wert hatte.

Nur durch die Konfrontation mit dem Anderen wird das Selbst sichtbar und können gesellschaftliche Zustände aufgedeckt werden. Das *writing* tut dies zwar nicht unmittelbar und nicht gezielt aber durchaus auf der diskutierten semiotischen und symbolischen Ebene.

Nun kann man einwenden, dass es mittlerweile zum gewohnten Stadtbild gehört und so ja Teil der etablierten Ordnung ist. Freilich gibt es Gegenden in denen dies absolut der Fall ist. Jedoch wird es nun einmal von Vielen als störend empfunden und behält so seine Relevanz als Störfaktor.

*Writing* ist also zwar kein Aufstand der *writer* aber doch ein Aufstand der Zeichen und eine Art sich seine Umwelt anzueignen und sich mit ihr und sich selbst zu identifizieren, was angesichts der Veränderungen im öffentlichen Raum als auch der Gesellschaft möglicherweise wichtiger denn je ist.

## Literaturliste

Alber, Reinhold 1997: New York Street Reading – Die Stadt als beschrifteter Raum. Tübingen: Dissertation

Augé, Marc 2010: Nicht-Orte. München: Verlag C.H. Beck oHG

Baudrillard, Jean 1978: Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen. Berlin: Merve Verlag GmbH

Behforouzi, Human 2006: Die deutsche Graffiti-Szene – Eine explorative Studie zur Phänomenologie und zu den Aktiven im Feld, unter Berücksichtigung strafrechtlicher, kriminologischer und kriminalpräventiver Aspekte. Aachen: Dissertation

Castells, Manuel 1994: Space of Flows – Raum der Ströme. Eine Theorie des Raumes in der Informationsgesellschaft. In: Noller, Peter/u.a.: Stadt-Welt – über die Globalisierung städtischer Milieus. Frankfurt am Main: Campus Verlag. 120-134

Castleman, Craig 1982: Getting Up: Subway graffiti in New York. New York: The Massachusetts Institute of Technology

Cooper, Martha/Chalfant, Henry 1984: Subway Art. London: Thames & Hudson Ltd

Fuhrer, Urs 2008: Ortsidentität, Selbst und Umwelt. In: Lantermann, Ernst-Dieter/Linneweber, Volker (Hg.): Grundlagen, Paradigmen und Methoden der Umweltpsychologie. Göttingen: Hogrefe. Verlag für Psychologie. 415-442

Gottdiener, Mark 1994: The social production of urban space. Austin: University of Texas Press

Hard, Gerhard 1987: „Bewusstseinsräume“ – Interpretationen zu geographischen Versuchen, regionales Bewusstsein zu erforschen. In: Geographische Zeitschrift. 75/3, 127-148

Kagelmann, Hans-Jürgen 1990: Graffiti. In: Kruse, Lenelis/Graumann, Carl-Friedrich/Lantermann, Ernst-Dieter (Hg.): Ökologische Psychologie – Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen. München: Psychologie Verlagsunion. 541-547

Kajetzke, Laura/Schroer, Markus: Sozialer Raum – Verräumlichung. In: Günzel, Stephan (Hg.) 2010: Raum. Ein interdisziplinäres Handbuch. Stuttgart/Weimar: Verlag J.B. Metzler 192-203

Klee, Andreas 2010: Graffiti als Medium des Politischen?! In: Klee, Andreas (Hg.): Politische Kommunikation im öffentlichen Raum am Beispiel Graffiti. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 109-119

Klein, Gabriele/Friedrich, Malte 2003: Is this real? – Die Kultur des Hip Hop. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

Kreuzer, Peter 1986: Das Graffiti-Lexikon. München: Wilhelm Heyne Verlag GmbH & Co. KG

Leroi-Gourhan, André 1965: Die symbolische Domestikation des Raums. In: Dünne, Jörg/Günzel, Stephan 2006: Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 228-243

Löw, Martina 2001: Raumsoziologie. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

Macdonald, Nancy 2001: The Graffiti Subculture: Youth, Masculinity and Identity in London and New York. Basingstoke: Palgrave

Mailer, Norman/Naar, Jon 1974: The faith of graffiti. New York: Harper Collins

Menrath, Stefanie 2001: Represent what... Performativität von Identitäten im Hip Hop. Hamburg: Argument Verlag

Müller, Siegfried 1985: Graffiti – Tätowierte Wände. Bielefeld: AJZ Druck und Verlag GmbH

Schnoor, Oliver 2005: Die Bruderschaft der Schreiber und der Geist des Designs – Zur Religiosität von Graffiti-Sprühern. In: Ästhetik & Kommunikation. Nr. 36, 87-94

Schnoor, Oliver 2009: „Kleine Geschichte“ der Graffiti-Kultur – Zwischen subkultureller Autonomie und gesellschaftlicher Bezogenheit. In: Sackmann, Reinhold/Kison, Silvio/Horn, André (Hg.): Graffiti kontrovers – Die Ergebnisse der ersten mitteldeutschen Graffitistudie. Halle (Saale): Mitteldeutscher Verlag GmbH. 18-29

Schroer, Markus 2006: Räume, Orte, Grenzen – Auf dem Weg zu einer Soziologie des Raumes. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag

Schroer, Markus 2009: Soziologie. In: Günzel, Stephan (Hg.): Raumwissenschaften. Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag. 354-369

Schubert, Herbert 1999: Urbaner öffentlicher Raum und Verhaltensregulierung. In: DISP 136/137, Institut für Orts-, Regional- und Landesplanung der ETH Zürich, 17-24

Schubert, Herbert 2000: Städtischer Raum und Verhalten. Opladen: Leske + Budrich

Steinat, Carolin 2007: Graffiti – Auf Spurensuche im Zeichenschwungel. Marburg: Tectum Verlag

Volland, Jana 2010: Wie politisch sind American Graffitis? Eine exemplarische Bestandsaufnahme. In: Klee, Andreas (Hg.): Politische Kommunikation im öffentlichen Raum am Beispiel Graffiti. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. 91-108

## Internetquellen

Bibel, die : [http://bibel.cid.net/buch/luther\\_1912/daniel/5/#1](http://bibel.cid.net/buch/luther_1912/daniel/5/#1) (Zugriff: 13.08.12)

Gabbert, Jan 2007: Street Art. Kommunikationsstrategie von Off-Kultur im urbanen Raum. In: [http://www.reclaimyourcity.net/files/masterarbeit\\_gabbert.pdf](http://www.reclaimyourcity.net/files/masterarbeit_gabbert.pdf) (Zugriff: 13.08.12)

Hamburger Hochbahn AG 2008: Baustelle wird zur Schaustelle. In: <http://u4.hochbahn.de/presse/pressemitteilungen/baustelle-wird-schaustelle> (Zugriff: 16.08.12)

Hunt, Bradford 2005: Redlining. In: <http://encyclopedia.chicagohistory.org/pages/1050.html> (Zugriff: 17.02.12)

Jonas, Uwe/Schumacher, Birgit Anna: Öffentlicher Stadtraum: Wandel und Okkupation. In: [http://www.okkupation.com/theorie/link\\_1.htm](http://www.okkupation.com/theorie/link_1.htm) (Zugriff: 16.08.12)

Klitzke, Katrin/Schmidt, Christian 2008: „Die Straße ist ein umkämpfter Mythos“. In: <http://www.13seiten.com/wordpress/?p=36> (Zugriff: 21.08.12)

Meier-Schuegraf, Stefan (2007): Stylelife - Graffiti als typografisches Ausdrucksmittel sozialen Stils. In: [http://www.medkom.tu-chemnitz.de/mk/meier/meier-schuegraf\\_graffiti.pdf](http://www.medkom.tu-chemnitz.de/mk/meier/meier-schuegraf_graffiti.pdf) (Zugriff: 14.08.12)

New York Times, 21.07.71: 'Taki 183' spawns pen pals. In: [http://evan-roth.com/blog\\_images/taki\\_183.pdf](http://evan-roth.com/blog_images/taki_183.pdf) (Zugriff:15.08.12)

Schierz, Sascha 2009: Wri(o)te: Graffiti, Cultural Criminology und Transgression in der Kontrollgesellschaft. In: [http://www.uni-vechta.de/fileadmin/user\\_upload/documents/Soziale\\_Arbeit/Schierz\\_Wri\\_o\\_te\\_Graffiti.pdf](http://www.uni-vechta.de/fileadmin/user_upload/documents/Soziale_Arbeit/Schierz_Wri_o_te_Graffiti.pdf) (Zugriff: 14.08.12)

Staguhn, Gerhard 2007: DIE ZEIT, Nr.15/2007 <http://www.zeit.de/2007/15/A-Kyselak> (Zugriff: 10.07.12)

Tucker, Daniel 1999: Graffiti: Art and Crime. In: <http://www.graffiti.org/faq/tucker.html> (Zugriff: 14.08.12)

Urteil Landgericht Berlin 2012: URTEIL – Landgericht Berlin verbietet UNLIKE U. In: <http://ilovegraffiti.de/blog/2012/06/11/urteil-landgericht-berlin-verbietet-unlike-u/> (Zugriff: 20.08.12)

## Filme

Birg, Björn/Regel, Henrik 2011: Unlike U – Trainwriting in Berlin. Berlin: HISKICK Productions<sup>43</sup>

---

<sup>43</sup> Aufgrund einer Klage der Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) gegen die Produzenten dieses Films, wurde dieser in einem Urteil vom 10.05.2012 vom Landgericht Berlin verboten (vgl. Urteil Landgericht Berlin, 2012). Die DVD ist nicht mehr im Handel erhältlich. Derzeit kann man den Film unter folgendem Link sehen:



Reiss, Jon 2009: Bomb It (DVD). New York: Antidote Films

Thouw, Daniel 2007: Alter Ego – A worldwide documentary about Graffiti Writing (DVD).  
Berlin: Thouw Media

## Musik

Promoe 2004: These walls don't lie (CD). Schweden: Burning Heart Records

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, Tim Krüger, geboren am 07.04.1985, dass ich diese Bachelor-  
Thesis lediglich unter Benutzung der angegebenen Quellen und Hilfsmittel verfasst  
habe.

Hamburg, den \_\_\_\_\_