

# jugendszenen.com

PDF-Download (Stand: Juli 2009)

---

## Sie können den Text unter den folgenden Bedingungen verwenden:

- **Namensnennung.** Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

Bitte wie folgt zitieren:

Jugendszenen.com (Hrsg.), Autor (2007): Die XY-Szene. Online-Publikation:  
<http://www.jugendszenen.com>. Abrufdatum: (bitte angeben)

- **Keine kommerzielle Nutzung.** Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.
- **Keine Bearbeitung.** Dieses Werk darf nicht bearbeitet oder in anderer Weise verändert werden.

Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.

Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.

Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.



# Graffiti

Kathrin Schneider

## Intro

Der Begriff „Graffiti“ stammt vom griechischen Wort **graphein** (= schreiben) und Archäologen im 19. Jahrhundert umschrieben damit inoffizielle Kritzeleien und Inschriften an antiken Wänden. Nach deren Aufzeichnungen scheint Pompeji eine besonders aktive Graffitiszene gehabt zu haben. Graffiti umfasst im eigentlichen Sinne alle Wandbemalungen von Kinderkritzeleien über Kloschmierereien bis hin zu **American Graffiti** bzw. **New York Style Graffiti**.

**New York Style Graffiti** oder auch **Writing** entführt uns in das New York der frühen Siebziger und ist eine Sonderform des Gesamtphänomens Graffiti. Graffiti allgemein sind visuell wahrnehmbare Botschaften, Bilder oder Texte, die unautorisiert angebracht werden. Die Botschaft von Graffiti ist einfach nur „**Ich war hier**“. Bei politischem Graffiti kann es auch ein konkreter Aufruf oder eine Meinung sein.

Die Illegalität ist eine wichtige Grenze zu anderen Zeichenphänomenen in der Stadt, wie zum Beispiel zur Werbung. Beim Writing gibt es jedoch auch **legale Auftragsarbeiten** und oft kann man Werbung nicht mehr von Graffiti unterscheiden. American Graffiti fällt durch seine **künstlerische Gestaltung** auf und durch die **Kühnheit** der Writer, die an jeder möglichen und unmöglichen Stelle ihren Namen hinterlassen.

## History

Bereits in den 60ern war **tagging** in Philadelphia populär, aber die Legende begann in den frühen 70ern in New York mit einem griechischen Botenjungen. Er verbreitete auf seinen Streifzügen durch die Stadt das Pseudonym TAKI 183. Die New York Times brachte 1971 einen Artikel über dieses eigentümliche „Gekritzel“ heraus und im Nu bewaffneten sich andere Jugendliche mit Marker und Filzstift und bombardierten die ganze Stadt mit tags. Die ursprünglichen **tags** setzten sich aus dem eigenen Vornamen

und der Straßenummer zusammen und wichen bald einer Aneinanderreihung von scheinbar wahllos ausgewählten Buchstaben, wodurch die Anonymität der Writer gewährleistet war.

Es begann sich eine Szene zu formieren, die Writer organisierten sich zu den ersten **crews** und die Entdeckung der Spraydose brachte die New Yorker U-Bahn als fahrende Leinwand ins Spiel. Für die Stadtpolitiker war Graffiti aber nichts als Schmutz und die regelmäßig durchgeführte Reinigung der Züge, der gefürchtete **Buff**, löschte die gesamte Geschichte des Graffiti. Graffiti auf Zügen wird heute streng verfolgt und die Züge meist bevor sie in den Verkehr gehen, gereinigt.

Züge werden immer noch gemalt, aber in der Wandgestaltung haben sich durch **innovative Materialien** und Techniken völlig neue Möglichkeiten entwickelt. Schriftzüge werden aus Styropor, Metall, Plastik, Holz, Fliesen oder sogar LEDs ausgesägt, angeklebt, hingehängt, gekratzt, geätzt und sogar mit Beamer an die Wand geworfen (Laser tagging). Diese Arbeiten sind leicht zu entfernen und daher meist nur **vorübergehende künstlerische Interventionen** im Stadtraum, die auch gerne von Fans mit nach Hause genommen werden. Besonders hier zeigt sich die Nähe zu den Techniken der **Street Art** (siehe unter relations).

## **Facts & Trends**

Das **New York der 70er** war geprägt von städtischen Erneuerungen, Diskriminierung und Arbeitslosigkeit. Graffiti war in dieser Stadt für viele Jugendliche ein Ausweg aus dem Nichtstun. Sie konnten aktiv und gestalterisch in das Geschehen der Stadt eingreifen und ihre eigenen Fähigkeiten in der Öffentlichkeit zur Schau stellen.

Die Writer der frühen Stunde entstammten vorwiegend den unteren sozialen Klassen, oftmals aus Migrantenfamilien und waren demnach von den **politischen und sozialen Schwierigkeiten** der Stadt stark betroffen. Heute zeigt sich ein völlig anderes Bild, da **keine klare Klassenzugehörigkeit** der Writer mehr erkennbar ist. Die Hauptgruppe setzt sich immer noch aus vorwiegend **männlichen Jugendlichen** im Alter zwischen

**14-25 Jahren** zusammen. Auch ältere Writer gehen ihrer Tätigkeit in den Straßen nach, ziehen sich aber mehr aus den illegalen Aktivitäten zurück und vermarkten ihre Werke.

**Frauen** in der Szene gibt es nur wenige, aber trotzdem von Anfang an. Sie werden oft mit großem Argwohn betrachtet, da alleine in der Nacht durch die Stadt zu streifen und in U-Bahnschächte zu klettern nichts für Mädchen ist. Auf der anderen Seite bekommen Frauen genau dafür auch Respekt und bei Graffiti geht es darum, respektiert zu werden.

## **Fokus**

Beim Writing geht es um die stilistische Gestaltung von Buchstaben. Die wichtigsten Buchstabenstile entwickelten sich bereits in den 70ern und wurden besonders durch die Entdeckung der Spraydose und dem Konkurrenzkampf unter den Writern angekurbelt. Beim **Blockbuster Style** werden einfache Blockbuchstaben verwendet. Im **3D Style** wirken die Buchstaben durch einen Schatten dreidimensional. Der **Bubble Style** arbeitet mit geschwungenen Linien und gibt den Buchstaben eine blasenähnliche Form. Im **Wild Style** werden die Buchstaben meist bis zur völligen Unkenntlichkeit entfremdet.

Beim **throw-up** handelt es sich meist um zwei bis drei Buchstaben im **Bubble Style**, und damit kann man fast jeden Untergrund, ob Mauer, Werbeplakat, oder ein anderes Graffiti gut übersprühen. Um die **Stadt zu bomben**, also mit Graffiti zuzudecken, sind für einen Writer throw-ups und tags die erste Wahl. Besonders die Gestaltung eines tags kommt der Kunst der **Kalligraphie** am nächsten.

**Pieces** oder **masterpieces** sind detailreiche und farbenreiche Werke und neben den Buchstaben werden auch häufig bildliche Elemente, wie **Characters** (Figuren) verwendet. Diese werden oft aus Comics, dem Fernsehen oder der Werbung entlehnt. Der hohe Zeitaufwand setzt eine ungestörte Arbeit voraus, weshalb pieces eher selten illegal im öffentlichen Stadtraum angebracht werden, sondern an legalen Flächen, **Halls of Fame**. Beliebte Plätze für pieces sind auch entlang der U-Bahn- und Zugstrecken, sowie an Schallschutzmauern, Autobahnauffahrten und -brücken oder in leer stehende Fabriken. In der Stadt sind überwiegend **throw-ups** und **tags** zu sehen und manchmal auch **legale Fassadengestaltungen**.

## Einstellung

**Getting up** ist das Gesehen werden in der Writerszene und jeder Writer will mit seinen Werken in der Stadt **fame**, Ruhm, erlangen. Um sich die Stellung in der eigenen Gruppe und den **respect** der anderen Writer zu sichern ist die Qualität und Quantität der Werke ausschlaggebend. Exklusive Plätze, so genannte **hotspots**, wie zum Beispiel gut sichtbare Stellen in der Stadt, **rooftops** (Hausdächer bzw. Giebel) oder Züge steigern den **fame** eines Writers.

Heftig diskutiert wird in der Szene das **Sell-out**. Writer, die ihre Werke kommerziell vermarkten und nur noch wenig in der Straße malen, verlieren an Authentizität und **credibility**. Die Szene fühlt sich von der Vermarktungsmaschinerie ‚Hip Hop‘ bedroht und versucht sich davon abzugrenzen.

Die Writer selbst wollen ihre Stadt einfach nur bunt gestalten, um dem Grau in Grau auch eine ganz persönliche Note zu verleihen. Viele haben einen künstlerischen Anspruch an ihr Werk und Graffiti ist eine Form von **Kunst im öffentlichen Raum**.

## Lifestyle

Sie ziehen des Nachts um die Häuser, kriechen durch U-Bahnschächte und lernen Zugfahrpläne auswendig. Writer haben stets ein Auge auf einen guten **spot** und verbringen Stunden mit der Entwicklung eines **tags**. Wie in vielen anderen Szenen auch, nehmen szenebezogene Aktivitäten einen Großteil des Lebens für sich in Anspruch und begleitet den Alltag eines Writers.

Graffiti ist auch ein **Katz- und Maus-Spiel** mit Autoritäten und die Illegalität ist ein wichtiger Bestandteil dieses Spiels. Eine ruhmreiche Verfolgungsjagd ist nicht selten Motivator für halsbrecherische Aktionen, bei denen Writer sich auch in Todesgefahr begeben.

Vor allem mit dem Alter ändert sich der Bezug zum Writing und die Karriere tritt in den Vordergrund. Hier gilt es die Gratwanderung zwischen Akzeptanz in der Szene und

Akzeptanz im Kunstmarkt zu meistern. Viele Writer sind auch im **graphischen Bereich** tätig und setzen dort ihre kreativen Fähigkeiten um.

## **Symbole**

Graffiti ist eine illegale Szene und die Mitglieder möchten deshalb so unsichtbar wie möglich bleiben. Die typische Hip Hop Streetwear ist kein eindeutiger Hinweis, ob jemand malt oder nicht. Marker, Dose und Stift sind eindeutiger Erkennungsmerkmale. Writer untereinander erkennen sich nicht selten an der Art und Weise, wie jemand Züge beobachtet oder einfach nur durch die Stadt geht.

Das einzige Symbol, das einen Writer eindeutig kennzeichnet, ist sein **tag**, welches gleichzeitig auch als Signatur bei großen Werken, wie **pieces** eingesetzt wird. Ein Writer verfügt meist über mehrere Namen, um seine legalen von seinen illegalen Aktivitäten zu trennen. Ein wichtiges Accessoire sind Skizzenbücher, **blackbooks**, in denen eigene Skizzen, Photos sowie tags von Größen der Szene zu finden sind. Die blackbooks dienen meist zum Austausch über eigene Stile und Werke und werden eher unter Ausschluss der Öffentlichkeit gezeigt.

Trotz der hohen Strafen, der starken Überwachung und der regelmäßigen Reinigung hat der Zug bis heute hohen symbolischen Wert in der Szene und ist einer der prestigeträchtigsten Anbringungsorte. Die Werke können sich von ganzen Wagons, **Whole Cars**, bis über ganze Züge, **Whole Trains**, erstrecken. Neben diesen ruhmträchtigen Varianten gibt es noch **Panel Pieces**, die unterhalb der Zugfenster oder zwischen den Türen der Wagons gemalt werden, sowie **Top-to-Bottoms**, die sich über die gesamte Höhe des Wagons erstrecken und **Ends-to-Ends**, die über die ganze Länge des Wagons reichen.

## Rituale

Die Graffiti-Szene ist stark von Ritualen geprägt, die gleichzeitig auch die Hierarchie unter den Writern sichern. Beim **crossen** werden die Werke von anderen Writern, vor denen man keinen Respekt hat, einfach übersprüht. Das ist meist der Auftakt für eine **battle**, bei der abhängig vom Kampfgeist des Gegners auch alle eigenen Werke bis zur Unkenntlichkeit zerstört werden können.

Ein weiteres beliebtes Ritual ist, **Dosen zu stehlen**. Das Abgeben von gestohlener Farbe an andere Writer kann bei Anfängern auch als Initiationsritus verstanden werden. Wichtigstes Ritual unter Writern ist aber das **Malen** selbst. Die Aktionen werden bis ins kleinste Detail vorausgeplant, vor allem wenn es um das Einsteigen in einen U-Bahnschacht oder Betriebsbahnhof geht.

Die **polizeilichen Verfolgungsjagden** bieten hierbei Abwechslung und werden nicht selten mit einem wildromantischen Charme verbunden. Writer stilisieren sich zu Verbrechern und das ist oft Bestandteil ihrer Rituale bzw. auch selbst ein Ritual.

## Events

Die bekanntesten Events sind **Hip Hop Jams**, bei denen eine Mischung aus Rap, Graffiti, Breakdance und DJing zu finden ist. Hip Hop Interessierte und Szenemitglieder treffen sich dort, um in lockerer Partystimmung ihr Können darzustellen und sich an den anderen zu messen. Neben Hip Hop Jams werden auch Graffiti und Hip Hop Filmfestivals oder andere Projekte veranstaltet. Jedes beliebige **Konzert** kann sich ad hoc zu einem wichtigen Szeneevent entwickeln.

Durch den erneuten Einzug von Graffiti in den Kunstmarkt sind auch **Galerien** und **Ausstellungseröffnungen** wichtige Szeneevents. Dort treffen sich nicht nur Writer, sondern es ist auch ein kunstinteressiertes Publikum vorzufinden. Oft gibt es auch bei Ausstellungseröffnungen live Sprayacts und die dazugehörige Show.

## Treffpunkte

Im New York der 70er waren die **Writers benches** oder **Writers corners** Treff- und Sammelpunkte für die Writer. Auf den Bänken in U-Bahnstationen tauschte man neue Photos aus, zeigte seine neuesten Skizzen und plante neue Aktionen. In Berlin ist der S-Bahnhof Friedrichstraße heute noch eine Legende.

Die verstärkte Überwachung ebensolcher Treffpunkte zerstreute die Writer mehr über die Stadt und die Szene trifft sich nicht selten einfach beim Ausgehen. Die **Freizeitinteressen** von Writern überlagern sich meist stark und in beliebten Bars oder Clubs trifft man sich dann, um später noch um die Häuser zu ziehen. Die Szene zeichnet sich vor allem aber durch enge **Freundschaften** unter den Writern aus weshalb ausdrückliche Treffpunkte nicht immer notwendig sind.

Wichtige Orte für die Szene sind **Halls of Fame**, wo man immer einen oder mehrere Writer antrifft und gemeinsam malen geht. Auch im **Graffitifachhandel** läuft man sich über den Weg und viele der Shops werden auch von Writern selbst geführt.

## Medien

Photos, Magazine und Filme können ebenso wie Züge durch die ganze Stadt und sogar um die ganze Welt kursieren. Durch Filme wie **Wild Style** und **Style Wars** wurde der weltweite Graffitiboom angekurbelt. Magazine, wie z. B. XPLICIT GRAFX (Frankreich), BACKJUMPS (Berlin), BOMBER (Holland), GO-ON (Österreich) sind ein Medium zum Austausch über **styles** und **Techniken** und setzen **Qualitätsmaßstäbe**.

Mittlerweile hat sich das **Internet** als eigenes Medium zum Austausch und zur globalen Vernetzung durchgesetzt. Das Internet bietet nicht nur Möglichkeiten zur Vernetzung, sondern auch für neues Publikum und neue Konkurrenten. Die persönliche Hinterlassenschaft in der Stadt ist aber immer noch das eigentliche Prinzip von Graffiti. Die internationale Vernetzung der Writer untereinander findet deshalb nicht nur im Internet, sondern hauptsächlich **vor Ort** statt.

Es herrschen auch kritische Stimmen zum Internet, da es ein Werk völlig unabhängig von Zeit und Raum darstellt. Die direkte Wirkung auf das Publikum entfaltet sich nur vor Ort und nicht im Internet, auf einem Photo oder in einer Galerie.

## Strukturen

Graffiti ist eine Szene mit einer stark hierarchischen Struktur. Der beste unter den Writern ist schlicht und einfach der **King**, wobei man diesem Titel ständig gerecht werden muss, sonst wandert er zum nächsten. Die Anfänger in der Szene sind die **Toys** und diese müssen sich den Respekt erst hart erarbeiten. Als Anfänger steht einem meist ein erfahrener Writer zur Seite, der das Wissen der Szene an die nächste Generation weitergibt.

Üblich ist der Zusammenschluss zu **Crews**, in denen es um das gemeinsame Sprayen geht. Große Werke, wie ein **Wohle Car** oder **Masterpiece** benötigen mehr als einen Writer. Die **Crews** sind offen strukturiert, die Mitgliedsanzahl variiert und man kann auch gleichzeitig Mitglied bei mehreren Gruppen sein.

In Deutschland begann sich die Graffiti-Szene in den 80ern zu entwickeln, vor allem beeinflusst durch Filme wie **Wild Style** oder **Style Wars**. Jede größere Stadt entwickelte eine eigene Szene und auch eigene Stile, wie zum Beispiel Dortmund, das sich durch dicke, blockige Buchstaben auszeichnete. München und Dortmund waren die ersten Graffitimetropolen in Deutschland. Heute ist Berlin eine der wichtigsten Städte. Dort stand auch die größte durchgehende Fläche für Graffiti, die Berliner Mauer.

In Sao Paulo machen sich die **pixadores** mit ihren halsbrecherischen Abseilaktionen und einem eigenen urbanen Kalligraphiestil einen Namen. Ihre großflächigen runenähnlichen Werke sind vor allem durch ‚heavy metal‘ und ‚punk-hardcore‘ Logos beeinflusst und werden meist mit Pinsel und Wandmalfarbe angebracht.

## Relations

**Street Art** ist direkt aus dem Writing heraus entstanden und häufige Überschneidungen der Techniken und sogar der Akteure machen eine Abgrenzung nicht unbedingt leicht. Die Street Art Szene ist weitaus diffuser strukturiert, da die Techniken der Street Art oft einfacher zugänglich sind. Die bedeutendsten Techniken sind Schablonengraffiti (engl.: stencil, franz.: pochoir), Sticker, Plakate, Cutouts (ausgeschnittene Plakate) und daneben gibt es noch ein weites Spektrum anderer Materialien, von Holz bis zu Mosaiksteinen.

Die **Schablonentechnik** ist auch unter Writern sehr beliebt, da ihr Vorzug in der Wiederverwendbarkeit der Schablonen liegt. Die Formen reichen von kleinen Details bis hin zu überlebensgroßen Figuren. Auch bei den Werken aus Papier gibt es überlebensgroße **Plakate** oder **Cutouts**, die aber der Witterung viel stärker ausgesetzt und daher eher kurzlebig sind.

Der Hauptunterschied zwischen Street Art und Graffiti liegt in der **Formensprache**, da die Street Artists nicht einen Namen, sondern meist ein graphisches Logo verbreiten. Ihre Ästhetik kommt aus dem Graphikdesign und nicht selten werden auch politische Botschaften oder klare Inhalte transportiert. Street Art und Graffiti sind beides Formen **urbaner Kunst** und der Boom um Street Art hat auch Graffiti wieder in den Kunstmarkt katapultiert.

## Literatur & Links

### Literatur:

Austin, J. (2001): Taking the train: how graffiti art became an urban crisis in New York City. New York: Columbia University Press.

Baudrillard, J. (1978): Kool-Killer oder Der Aufstand der Zeichen. Berlin: Merve Verlag.

Castleman, C. (1986): Getting up. Subway Graffiti n New York. Cambridge: The MIT Press.

Chastanet, F./Heller, S. (2007): Pixação: São Paulo Signature. Berkeley: Ginko Press.

Cooper, M./Chalfant, H. (2002): Subway Art. Berlin: Schwarzkopf & Schwarzkopf.

Deppe, Jürgen (1997): Odem: On the Run: Eine Jugend in der Graffiti-Szene. Berlin: Schwarzkopf.

Macdonald, N. (2001): The Graffiti Subculture. Youth, Masculinity and Identity in London and New York. New York: Palgrave.

Mai, M./Wiczak, T. (2007): Das Gedächtnis der Stadt schreiben. Årsta: Dokument Verlag.

Reinecke, J. (2007): Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld: transcript Verlag.

Schneider, Kathrin (vorauss. 2009): Bomb the City and Reclaim the Streets.

Raumkonzepte bei Graffiti und Street Art im europäischen Vergleich. Dissertation an der Universität Wien, Institut für Psychologie.

### Links

<http://ekosystem.org>

<http://graffiti.org>

<http://graffitiresearchlab.com>

<http://just.blogsport.de>

<http://streetfiles.org>

<http://woostercollective.com>