

Graffiti – zwischen Kunst und Vandalismus?

Gedanken zur gesellschaftlichen Situation und Möglichkeiten für soziale Ansätze

Einleitung

Graffiti hat viele Erscheinungsformen und der Meinungsbogen spannt sich von künstlerisch befreiender Ausdruck der Jugend bis zu Schmiererei und Sachbeschädigung. Diskussionen in der Gesellschaft entzünden sich an diesem Meinungsdiol. Der nachfolgende Artikel will Informationen und Hilfestellungen geben, um klarer Position beziehen und geeignete Maßnahmen aus dieser Position heraus umsetzen zu können.

Was ist Graffiti? – Zum Verständnis eines Phänomens.

Alle Ausdrucksformen, die Menschen in ihrem Zusammenleben zeigen, kann man als Elemente ihrer Kultur bezeichnen. Nicht jeder hat dazu die gleichen Ansichten, insbesondere nicht den gleichen Geschmack.

Was für den einen ein Ärgernis darstellt, ist für einen anderen manchmal genial oder auch Kunst. Kultur und Kunst unterliegen dabei an sich zunächst keiner Wertung. Die (Be-)Wertung erfolgt durch Maßstäbe, die Menschen aus ihren Vorstellungen und ihrem Erleben entwickelt haben (**Bild 1**)

Graffiti, abgeleitet aus dem italienischen „sgraffiare“ (kratzen), haben dabei unterschiedliche, eher zeitgebundene Akzeptanz erfahren. Als eingeritzte Zeichen und Symbole in der Höhlenmalerei waren sie Ausdruck von Verständigung und vielleicht Verschönerung der Felswände. Im 13. und 14. Jahrhundert stand Graffiti für eine Technik der Wand- und Fassadenmalerei. In der heutigen Zeit, beginnend in den 70-er Jahren, ist und war Graffiti Ausdrucks- und Gestaltungsform der Jugend, die damit auch immer deutlich machen will, dass sie die Vorstellungen und Werte der älteren Generation nicht teilt.

Das Verhalten von Menschen ist zu jeder Zeit ein sensibler Anzeiger für die gesellschaftliche Situation und ihre Probleme. Die Suche junger Menschen nach Sinn und Identität findet im vorhandenen gesellschaftlichen Umfeld statt und setzt sich folglich immer auch kritisch mit diesem auseinander. Für einige ist es daher ein Weg, dieses über Graffiti deutlich sichtbar zu tun (**Bilder 2 und 3**).

Das Phänomen Graffiti schwappte in den 80-er Jahren von den USA auf Deutsch-



Bild 1



Bild 2



Bild 3

land über und wurde zunächst nur nachgeahmt. Heute gibt es aber auch hier eine Writer-Kultur mit eigener Tradition und „Sprache“. Einige Sprayer sind im Sinne eines künstlerischen Wirkens sogar berühmt geworden. Namen wie Keith Haring aus New York und Harald Naegeli – bekannt als „Der Sprayer von Zürich“ – sind schon zur Legende geworden.

Millionenschäden in Graffitimetropolen machen das Problem deutlich. Denn die Beseitigung aller gegen den Willen des Eigentümers vorgenommenen Farbaufträge kostet allein die Bürger in Berlin rund 100 Millionen EUR. In anderen Städten wie München, Hamburg und Dortmund sind es zweistellige Millionenbeträge jedes Jahr (Bilder 4-7).

Graffiti – die problematische Seite.

„Sprachlexikon“

▶ burner	Künstlerisch hochwertiges Piece
▶ can	Sprühdose
▶ character	Figürliche Elemente, die innerhalb oder neben dem Piece auftauchen
▶ crossen	Übersprühen eines Piece
▶ fame	Bekanntheit, Ruhm, Anerkennung
▶ tags	Rohform des Writing. Signatur, Unterschrift
▶ writer	Sprüher

Schlagzeilen

- ▶ Sprühern geht es an den Kragen
- ▶ Schmierfinken die Tour vermässeln
- ▶ Neue Technik gegen altes Übel
- ▶ Geballte Kompetenz an einen Tisch holen
- ▶ Offensive gegen Schmuttel-Look
- ▶ Stadt erhöht Druck
- ▶ Saubere Stadt – wichtig für's Image

Zitat eines writers: „Das writing ist irgendwie in mir drin – ich muss es immer wieder machen. Wenn ich meine Freunde sehe, wie sie malen, dann muss ich mitziehen. Es ist eine Kreativität, die ich kann.“

Die überwiegende Mehrheit der Bürger empfinden Graffiti nicht als Kunst sondern als Schmiererei. Außerdem gilt: Niemand darf anderen eine farbliche oder sonstige Veränderung seines Eigentums aufzwingen. Das Recht auf Selbstbestimmung über Eigentum und dessen Aussehen darf nicht ohne Konsequenzen verletzt werden. Diese Position ist klar und berechtigt den Eigentümer, justitiable Forderungen zur Wiederherstellung seiner Sache zu erheben. Bei Graffiti geht es also um Sachbeschädigung, die straf-

Ist Graffiti Sachbeschädigung?

Bild 4



und zivilrechtlich verfolgt werden kann, wenn Graffiti ohne Einverständnis des Eigentümers angebracht wurden.

Allerdings: Etwa 80% der Täter sind zwischen 14 und 21 Jahre alt. Und auch wenn der Besitz von 50 bis 100 Dosen hochwertiger Lacke keine Seltenheit sind (hier sind die Beschaffungswege nicht selten kriminell), sind die Srayer wirtschaftlich oft nicht in der Lage, die von ihnen angerichteten Schäden zu begleichen – jedenfalls nicht ohne gravierende Folgen für ihre Zukunft.

sind entscheidende Faktoren, die einen Writer veranlassen, seine Tags und Pieces zu sprühen (Bilder 8-11).

Die Verhaltensweisen von heranwachsenden Menschen sind geprägt von der jeweiligen sozialen Situation und Entwicklung. Auch im Umgang mit dem Thema Graffiti geht es daher im Kern um offene Kommunikation, um die Art des Miteinanders und des Sich-Kümmerns sowie um angemessene Reaktionen auf das, was geschieht.

6 **Welche Wege sind sinnvoll? – Situation, Prävention, Reaktion.**

Meistens wirken Sprayer vor Ort, um auch Bekanntheit in der lokalen Szene zu erreichen. Manche Sprayer nehmen aber auch lange Strecken zu ausgewählten Objekten, z. B. Brücken oder Hochhäusern in Kauf, damit ihre Pieces weithin sichtbar sind. Bevorzugte „Arbeitszeit“ ist die Dunkelheit. Die Ansicht, dass Flächen zum Besprühen legal bereitgestellt werden sollten, um das Problem zu lösen, ist isoliert betrachtet nicht sinnvoll. Das Ausprobieren von Grenzen, der Protest gegen die Gesellschaft und der Kick, Anerkennung in der Szene zu bekommen,

Es gilt eine Balance herzustellen, durch aktive Auseinandersetzung der Betroffenen miteinander.

Positionen:

- ▶ hingucken statt weggucken,
- ▶ thematisieren statt tabuisieren,
- ▶ Raum geben statt beengen,
- ▶ aufklären
(z. B. über Folgeschäden wie Kostensteigerung bei Bus und Bahn) statt lamentieren,
- ▶ verantworten
(im Sinne des Wiedergutmachens und für Folgen gerade stehen) statt bestrafen.

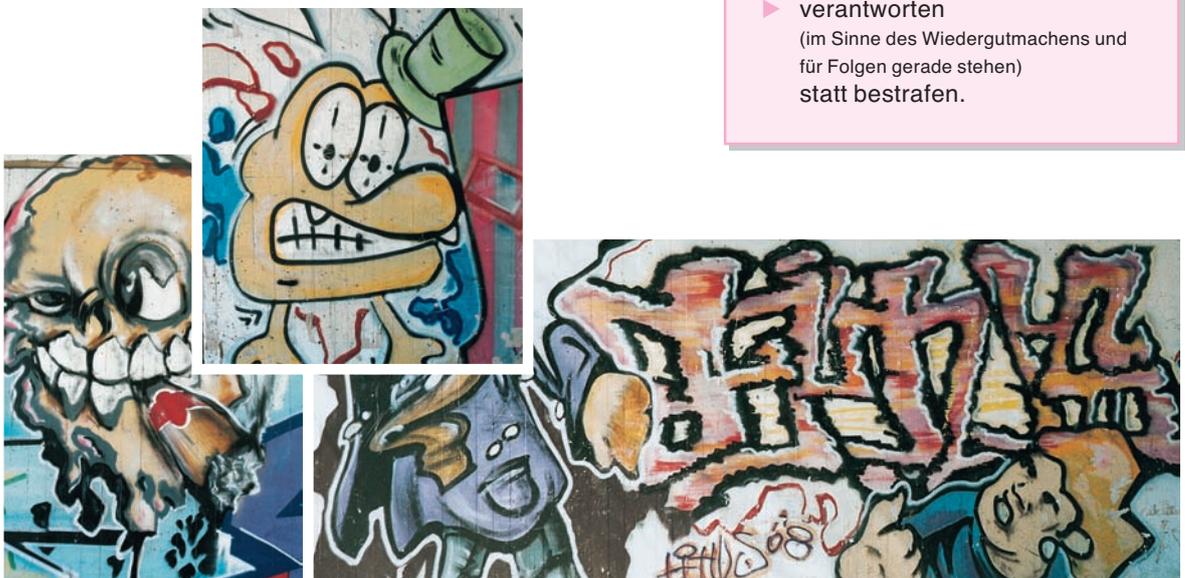


Bild 5



Bild 6



Bild 7



Bilder 8-11



8

Bilder 12-18

In diesem Klima macht es auch Sinn, mit den Jugendlichen gemeinsam Präventivmaßnahmen zu überlegen und z.B. Freiflächen bereitzustellen oder die Writer als Künstler in den öffentlichen Raum einzubeziehen.

Zum Thema Graffiti lassen sich interessante und ansprechende Ausstellungen, Workshops, Kurse, Seminare und Freizeiten durchführen. Hier hat beispielsweise die VdS Schadenverhütung GmbH des Gesamtverbandes der deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) vor einigen Jahren eine bemerkenswerte Initiative gestärkt ins Leben gerufen. Auf legal bereit gestellten Flächen wird Sprayern einmal pro Jahr eine Plattform für einen Graffiti-Wettbewerb zur Verfügung gestellt, um ihre Fertigkeiten auf Leinwänden öffentlich zu präsentieren. Alle Werke werden ausgestellt. Die von einer Jury als beste Darstellungen ausgewählten Bilder werden besonders honoriert und in einem Jahreskalender abgebildet (**Bilder 12-19**).

Das Thema Verantwortung lässt sich wirksam erlebbar machen, wenn Sprayer in die teilweise mühsame Beseitigung

ihrer Graffiti einbezogen werden. Unter Anleitung und Mitwirkung einer kompetenten Reinigungsfirma werden z.B. die Bilder gemeinsam entfernt und die Kosten, soweit zumutbar, vom Verursacher getragen.

Empfehlenswert ist eine schnelle Beseitigung von Graffiti. Denn dadurch nimmt man vielen Sprayern den Reiz, da weder er noch die Szene seine Werke lang genug bewundern können. Das setzt allerdings ein gut funktionierendes Informationsnetz und eine hohe Bereitschaft der Mitwirkenden voraus. Für die Beseitigung älterer Graffiti macht ein Aufwand-/Nutzenplan Sinn, in den sowohl die Kosten wie auch die Kapazitätsfrage einbezogen werden. Außerdem muss entschieden werden, an welchen Stellen auf die Beseitigung von Graffiti sinnvollerweise verzichtet werden kann. Stichpunktartig sind Möglichkeiten für Prävention und Reaktion genannt (**Tabelle 1**). Entscheidend für den Erfolg ist es, wie gut die Betroffenen, insbesondere die Jugendlichen, in die Vorbereitung und Umsetzung von Maßnahmen einbezogen werden können.

Tabelle 1

Katalog Prävention und Reaktion	
Freiflächen anbieten, Aufträge erteilen	nur konzeptionell sinnvoll
Graffiti-Aktionen und Öffentlichkeit	nur konzeptionell sinnvoll
Sprayer beseitigen Graffiti selbst, helfen mit	positiv
Schnelle Beseitigung der Graffiti	positiv
Begrünung von Fassaden	positiv
Persönlichen Kontakt aufbauen	positiv
Graffiti-Künstler fördern	nur konzeptionell sinnvoll
Schwerpunkte in der Jugendarbeit zu Graffiti	nur konzeptionell sinnvoll
Infos/Projekte z. B. in Schulen	positiv
Ansprechpartner für Sprayer und Opfer	nur konzeptionell sinnvoll
Anlaufstelle für Täter und Opfer zur „Streitschlichtung“	nur konzeptionell sinnvoll
Gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit aufbauen	nur konzeptionell sinnvoll
Gemeinsame Planung und Gestaltung des Lebensraumes	nur konzeptionell sinnvoll



Auch auf der politischen Ebene außerhalb des kommunalen Handelns gibt es Möglichkeiten, die Prävention mittelfristig zu beeinflussen.

Denkbar ist es, auf die Bauplanung und Gestaltung Einfluss zu nehmen, Graffiti als Element der Kunst in Schule und Universität einzubeziehen, inklusive der Förderung junger Graffiti-Künstler, oder auch geeignete Anpassungen an das Zivil- und Strafrecht anzustreben. Im Vordergrund stehen jedoch die Möglichkeiten auf örtlicher Ebene, weil nur hier der persönliche Kontakt zu den handelnden Personen gegeben ist.

zuführen, müssen Sie wissen, von wo Sie gemeinsam losgehen können. Es muss für alle erkennbar sein, wie Ihr Standpunkt aussieht.

2. Ziel beschreiben

Das Ziel muss klar sein. Z.B.: Keine Graffiti in unserer Stadt oder nur an bestimmten Stellen/Gegenden. Geht es Ihnen um einen „ganzheitlichen“ Ansatz oder eher um Repression?

Die Handlungslinie entwickelt sich aus dem Ziel und muss für alle Beteiligten klar erkennbar sein.

Was ist Ihr Ziel? Standpunktbestimmung, Zielfindung, Maßnahmen

1. Standpunkt finden

Zu Graffiti gibt es zunächst kein einheitliches Meinungsbild. Als Gruppe, Verein oder als Stadt müssen Sie sich positionieren, denn um Veränderungen herbei-

3. Maßnahmen festlegen

„Was haben Sie vor?“ und „Wer tut was?“ sind die zentralen Fragen für die Festlegung des Handlungskataloges, der zu Ihrer Zielsetzung gehört.

Beispiel einer mittelgroßen Stadt (ca. 300.000 Einwohner)

Ratsbeschluss:

Ein Handlungskonzept gegen Graffiti soll aufgestellt werden.

Budget: 130.000 EUR.

Ziel:

Keine ungewollten Graffiti in der Stadt. Möglichst ganzheitlicher Ansatz.

Maßnahmen:

- ▶ Fester Ansprechpartner im Ordnungsamt
- ▶ Graffiti-Kataster (Annahme rund um die Uhr)
- ▶ Schnelle Beseitigung (Polizei fährt Streife)
- ▶ Alte Graffiti nach Plan beseitigen
- ▶ Gegebenenfalls Bußgeld nach §118 OwiG, Strafe nach §§ 303, 304 StGB
- ▶ Hilfe über Täter/Opfer-Ausgleich
- ▶ Ordnungspartnerschaft (u. a.: Stadtwerke, Malerinnung, Stadt, Landschaftsverband) unter Leitung der Polizei
- ▶ Aufklärung und Öffentlichkeitsarbeit in Schulen, Medien
- ▶ Reinigungs-Hotline (Verbund Fachbetriebe, 48h)
- ▶ Zuschüsse für Fassadenbegrünung
- ▶ Selbstreinigung – Beratung durch Umweltamt (Entsorgung)
- ▶ Dialog mit Sprayern aktiv suchen
- ▶ Internethomepage „Graffiti“
- ▶ Umschulung/Qualifizierung Gebäudereiniger (auch Arbeitslose/ Sozialhilfeempfänger)

Fazit

Graffiti stellt kein Problem dar, dem man tatenlos zusehen muss. Im Gegenteil: Gemeinsames Handeln ist gefragt und bietet auch die einzige, wirksame Möglichkeit, nachhaltig Erfolge zu erzielen.

In diesem Sinn werden Eigentumsrechte gewahrt. So wird ein von vielen Menschen akzeptiertes, schöneres Stadtbild erreicht, beachtet und bleibt erhalten!

Klaus Ross,
Westfälische Provinzial,
Münster

Bild 19

