

Gedanken zu materialer Textkultur in der Street Art

Annika Greuter

Heidelberg, den 17. November 2012

Zitiervorschlag

Annika Greuter, Gedanken zu materialer Textkultur in der Street Art, Material Text Culture Blog 2012.10.

URI http://www.materiale-textkulturen.de/mtc_blog/2012_010_Greuter.pdf

DOI [10.6105/mtk.mtc_blog.2012.010.Greuter](https://doi.org/10.6105/mtk.mtc_blog.2012.010.Greuter)

ISSN 2195-075X



Dieser Beitrag steht unter der Creative Commons Lizenz CC BY-NC-ND 3.0 (Namensnennung – Nicht kommerziell – Keine Bearbeitung.) Sie erlaubt den Download und die Weiterverteilung des Werkes / Inhaltes unter Nennung des Namens des Autors, jedoch keinerlei Bearbeitung oder kommerzielle Nutzung.

Weitere Informationen zu der Lizenz finden Sie unter: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de>

Gedanken zu materialer Textkultur in der Street Art
Annika Greuter (greuter@uni-heidelberg.de)

Vor einigen Tagen hielt Dr. Ulrich Blanché, wissenschaftlicher Assistent am Institut für Europäische Kunstgeschichte der Universität Heidelberg, einen Vortrag über den Zusammenhang von Street Art und Werbung am Beispiel des wohl bekanntesten Street Artists Banksy.¹ Seine Ausführungen basierten auf der Beobachtung, dass sich die Street Art den öffentlichen Raum mit anderen Zeichen teilt und auf diese reagiert. An den selben Wänden, an denen sich die *Stencils* (schablonierte Graffiti) von Banksy und anderen Street Artists finden, plakatieren Unternehmen ihre Werbeplakate; weitere Zeichen im öffentlichen Raum wie Verkehrsschilder oder Firmensignets konkurrieren mit Banksys Graffiti um die Aufmerksamkeit des Betrachters. Banksy verwendet und verfremdet bestehende Straßenschilder und Plakatwände oft auch mithilfe von Schrift und vermittelt so seine konsumkritischen Botschaften.

Während Blanché zur Untermalung seiner Ausführungen zahlreiche Bilder des beschriebenen Stadtraums, dessen Banksy sich mit seinen Bildern und Schriften bemächtigt, projizierte, musste ich an ein Interview denken, dass Prof. Dr. Markus Hilgert im Gespräch mit Dr. Udo Thiedeke in dessen Podcast-Sendung „Das Soziologischen Duett“ gab.² Hier nannte Hilgert als Ausgangspunkt für die Beschäftigung mit „materialer Präsenz von Geschriebenem“ im Altertum den ubiquitären Charakter von Schrift in unserer Gesellschaft, wie man ihn beim Gang durch die Heidelberger Hauptstraße erlebt.

Banksy greift auf diese allgegenwärtige Schrift in unserer Kultur in Form bekannter Phrasen zurück, um sie mit den Mitteln der Verfremdung oder Erweiterung für seine Zwecke zu nutzen. So wird aus *Parking* durch Übermalung und ein gesprühtes schaukelndes Mädchen *Park*, ein *Follow your dreams* wird wie bei einem Theaterplakat mit der Aufschrift *Cancelled* überschrieben und auf einer leeren Plakatwand, auf der sonst Kaufaufforderungen großer Marken ihren Platz finden, prangert ein *Sorry! The lifestyle you ordered is currently out of stock*. Banksy spielt mit der Vertrautheit von Zeichen und Sätzen, die in das kollektive Bewusstsein unserer Kultur übergegangen sind und hinterfragt diese durch ihre künstlerische Umnutzung. Charakteristisch für seine Arbeiten ist hierbei die Verschmelzung von Bild und Text.



¹ Dr. Ulrich Blanché, „Brandalism: Street Art und Werbung am Beispiel Banksy“, 14. 11. 2012, Palais Rischer, Heidelberg.

² http://dsd.podcaster.de/download/DSD_003_Markus_Hilgert.mp3, Stand: 16.11. 2012.

Durch die Beliebtheit und den Erfolg seiner Arbeiten gelangt er jedoch in eine Zwickmühle. Street Art ist per se durch die nicht institutionalisierten „Ausstellungsorte“ marktfeindlich; für das Betrachten der Arbeiten muss kein Eintritt gezahlt werden, sie sind normalerweise nicht käuflich und stehen jedem zur Anschauung zur Verfügung. Diese klassischerweise ohnehin außerhalb des Marktes gesetzte Positionierung wird durch Banksys konsumkritische Aussagen in seinen Arbeiten zusätzlich verstärkt. Doch durch die Verbreitung seiner immer wiederkehrenden Motive mit dem unverkennbaren Banksy-Stil vor allem im Internet und ihre damit verbundene enorme Bekanntheit und Beliebtheit wird er – ohne es zu intendieren – selbst zur Marke. Seine Arbeiten, die eigentlich für die Öffentlichkeit bestimmt und über ihn nicht käuflich zu erwerben sind, werden von Fans und Sammlern aus der Architektur „geschnitten“ und auf dem Kunstmarkt sowie auf ebay zu horrenden Preisen feilgeboten. Ganze Wände, ja sogar Häuser, werden für mehrere Hunderttausend Dollar versteigert, wobei es Banksys Arbeiten sind, die den Preis definieren, mitnichten die sie tragende Architektur.³

Obwohl Banksy also ein vermeintlich nicht handelbares Medium für seine Arbeiten wählt, indem er sie auf Mauerwerk anbringt, erliegt er aufgrund seiner Beliebtheit dem Kreislauf des Kunstmarkts, der sich seiner Arbeiten bemächtigt. Er selbst hat – zumindest finanziell – nichts davon. Seine Bekanntheit wird durch den Einstieg in den Markt jedoch zusätzlich gesteigert.

Das führt dazu, dass er – entgegen dem ursprünglichen Wunsch nach Sichtbarkeit – inzwischen häufig versteckte Orte für seine Arbeiten nutzt, um sie vor dem Eingriff des Kunstmarktes zu schützen und nicht selbst Teil des kritisierten Marktgeschehens zu werden. Dies nicht nur aus einer konsumkritischen Haltung heraus, sondern auch, weil viele seiner Werke – einmal dem ursprünglichen Kontext entrissen – an Sinn verlieren. Seine Unternehmenskritik an IKEA oder Tesco – einer britischen Supermarktkette – entfaltet ihre volle Bedeutung erst im Zusammenspiel mit den oftmals im Hintergrund seiner Graffitis befindlichen Unternehmenslogos.



Andere Arbeiten von ihm integrieren die bestehende Architektur oder nehmen inhaltlich Bezug auf den Ort, wie bei seinen Werken an der Mauer zwischen Israel und den palästinensischen Autonomiegebieten.

³ Hans Pietsch, „270 000 Euro für Banksy-Wand“, in: art-magazin.de (http://www.art-magazin.de/kunstmarkt/3330/banksy_ebay_auktion, Stand: 16. 11. 2012).



Aus Angst vor der Entfernung der Arbeiten von ihrem ursprünglichen Standort durch Fans und Sammler wählt Banksy inzwischen versteckte Orte, sodass die Arbeiten häufig gar nicht mehr am eigentlichen Ort und mit ihrer ursprünglichen Materialität rezipiert werden – also auf den Mauern im öffentlichen Raum –, sondern stattdessen als digitale Fotografie im Internet, sei es auf der Webseite von Banksy selbst, der seine Arbeiten so als Originale bestätigt, sei es von einem Entdecker des gesprühten Originals hochgeladen. Ein weiteres Zeichen dafür, dass wir uns zunehmend in eine non-typografische, im Sinne einer digitalen Kultur bewegen.

Es erfolgt also ein Wandel der Materialität und des Mediums. Doch wie wirkt sich das auf die Rezeption der Werke aus – bleibt doch das Motiv erhalten? Was sich jedoch mit dem Übergang der Arbeiten von der Straße ins Netz ändert, ist der Betrachter. Ist dieser in den Straßen noch der „gemeine Bürger“, vielleicht sogar Opfer des von Banksy kritisierten Systems, wird – einmal im Internet – die Arbeit von Banksy vor allem von Kunstkennern, Kulturschaffenden und mit Banksys Arbeiten vertrauten Fans gesehen und rezipiert. Das Gleiche gilt für den Ortswechsel von der Straße in Galerien, Auktionshäuser oder Privaträume von Sammlern. Hier wird der anarchisch geprägte politische Gedanke Banksys, mit seinen Arbeiten das herrschende System zu kritisieren oder zumindest infrage zu stellen, pervertiert. Eben jene, über die sich Banksy in seinen Arbeiten lustig macht, die er vorführt und anklagt, werden zu Käufern, Sammlern oder Vermittlern seiner Kunst. Diese verhalten sich nun, als könnten sie die Bild- und Textsprache, die er verwendet, nicht verstehen. Andernfalls könnten sie doch kaum zu Promotoren seiner Sache werden.

Ganz ähnlich verhält es sich ja mit Damien Hirst Diamantenschädel *For the Love of God*. Durch die Verwendung des Vanitas-Motivs Schädel, der als Memento mori an die Vergänglichkeit des Menschen erinnern und so traditionell zur Mäßigung gemahnen soll, kritisiert Hirst die Konsumgesellschaft im Allgemeinen und die absurde Preispolitik der zeitgenössischen Kunst im Speziellen. Er ist ironischerweise – im Gegensatz zu Banksy durch eigenes Zutun – jedoch einer der größten Nutznießer der exorbitanten Preisentwicklung innerhalb des zeitgenössischen Kunstmarkts. Während Banksys Identität bis heute nicht vollständig geklärt ist und seine Person innerhalb der Kunstwelt quasi ungesehen ist, lässt Hirst kaum eine Celebrity-Party der Schönen und Reichen aus. Mit Sicherheit ist bei Banksy eben jene ungeklärte und sagemumwobene Identität zum Teil für seinen Erfolg verantwortlich. Das Geheimnis, das er um seine Person macht, steigert die Aufmerksamkeit, die ihm und seinen Arbeiten zuteil wird.

Doch zurück zur Materialität von Banksys Arbeiten. Zwar kann man argumentieren, dass kaum ein Werk der Kunstgeschichte fürs Museum oder die Räume einer Galerie geschaffen ist und es trotzdem „funktioniert“, im Fall Banksys stellt eine

räumliche Verlagerung der Arbeiten jedoch einen besonderen Härtefall dar. Denn außer dem Rezipienten ändert sich mit dem Wechsel der Materialität und des Mediums auch die Aussage. Die in Banksys Arbeiten angelegten selbstreflexiven Bezüge zum eigenen Medium Street Art ergeben nur Sinn, so lange die Arbeiten im öffentlichen Raum als Farbe auf Mauerwerk oder Plakatwand angebracht sind.



In der Street Art angelegt ist darüber hinaus ein Gedanke, der in der traditionellen Kunst undenkbar ist beziehungsweise als Zerstörung des Werks angesehen wird: die Weiterentwicklung durch eine andere Person. Im Oktober 2012 erregte ein Fall Aufsehen, in dem ein junger Mann ein Gemälde von Mark Rothko, das in der Londoner Tate Modern ausgestellt war, mit einem Schriftzug „beschiert“ hatte. Während der Täter seinen Eingriff als Kunst rechtfertigte, war für die Kunstwelt klar, dass es sich nur um Vandalismus handeln konnte. Die Street Art hingegen ist eine lebendige Kunst, die kein ewiges Fortbestehen für sich beansprucht, sondern stattdessen von der Bearbeitung und Weiterentwicklung einzelner Motive lebt beziehungsweise ein komplettes Verschwinden durch Übermalung oder Überklebung hinnimmt. Die Interaktion des Betrachters beziehungsweise eines anderen Künstlers ist also im Werk angelegt.



Dies alles ist aber nur gewährleistet, solange sich die Arbeiten im öffentlichen Raum befinden. Gelangen sie ins Museum oder in die Räumlichkeiten eines Sammlers werden sie künstlich auratisiert, was ihrem ursprünglichen Wesen widerspricht.

Der Status der Werke im Internet verhält sich hingegen genau entgegengesetzt: denn hier ist die Konkurrenz anderer Zeichen, von der die Arbeiten auf der Straße profitieren, in einem solchen Maße vorhanden, dass sie sich kaum behaupten können. Sie werden hier als Druckvorlagen für T-Shirts, Poster und andere Merchandising-Artikel missbraucht und nicht länger als Kunstwerke angesehen. Interessant ist hierbei auch, dass für diesen Zweck vor allem die Bild-Motive Banksys

verwendet werden. Die Arbeiten, die sich aus Bild und Text zusammensetzen, sind vermutlich zu komplex, um als Tassen- oder T-Shirt-Aufdruck zu dienen und reagieren außerdem, wie gesagt, häufig auf ihren Standort, sodass ihre Aussage außerhalb dieses ursprünglichen Kontexts nicht „funktioniert“.

Die Arbeiten Banksys sind so eng an Sprache, Herrschaftsverhältnis, Gesetze und kulturelle Verhaltensweisen geknüpft, dass sie nicht nur ortsgebunden, sondern auch kultur- und zeitgebunden sind und ohne diesen Kontext nur schwer zu verstehen sind. Die Arbeit *One Nation under CCTV* ist schon heute außerhalb des englischen Sprachraums ohne Kenntnis der Bezeichnung CCTV (Closed Circuit Television) für die städtischen Überwachungskameras nicht verständlich – ganz zu schweigen von einer Annäherung in einer Gesellschaft, die solche Überwachungssysteme nicht kennt.



In einem Gedankenspiel wäre also vorstellbar, dass wenn in ferner Zukunft, in einer neuen Zivilisation eine Arbeit von Banksy oder ähnlich arbeitenden Street Artists gefunden würde, das Wissen um die sie hervorbringenden kulturellen Gegebenheiten ebenso notwendig wäre für das Verständnis wie in der heutigen Auseinandersetzung mit Textzeugnissen früherer Kulturen.