

Aus:

HEIKE DERWANZ

Street Art-Karrieren

Neue Wege in den Kunst- und Designmarkt

September 2013, 340 Seiten, kart., zahlr. Abb., 32,80 €, ISBN 978-3-8376-2423-6

Banksy und Shepard Fairey sind zwei Street Art-Künstler, die globale Bekanntheit erlangt haben. Doch wie ist es zu dieser Popularität gekommen? Heike Derwanz betrachtet die Karrieren von Künstler_innen, denen es gelungen ist, sich auf der Straße, in den Medien und auf dem Kunst- und Designmarkt durchzusetzen, und untersucht dabei auch die Rolle von Blogger_innen, Autor_innen, Kurator_innen und Galerist_innen.

Durch mehrjährige Feldforschung in Leipzig, Barcelona, London, Stockholm und New York konnte die Autorin eine weltweite Kunstbewegung aus nächster Nähe erfassen. Ihre Ethnografie ergänzt sie um sozialwissenschaftliche, medienwissenschaftliche und gendertheoretische Perspektiven und erweitert damit das kunsthistorische Verständnis von Künstlerkarrieren.

Heike Derwanz (Dr. phil.) ist wissenschaftliche Mitarbeiterin im Studiengang Kultur der Metropole an der HafenCity Universität Hamburg.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/ts2423/ts2423.php

Inhalt

1. STREET ART-KARRIEREN AUF DEM KUNST- UND DESIGNMARKT	7
1.1 Street Art in der Literatur	15
1.2 Ethnografie visueller Kulturen	28
1.3 Shepard Fairey, Banksy und No Logo: Drei Karriere-Wege	44
2. STREET ART: THE CITY AS CANVAS	93
2.1 KünstlerInnen, Werk und Straße	93
2.2 Street Art als Standortfaktor	100
2.3 Bestandsaufnahme der ‚visuellen Konkurrenz‘: andere Bilder in der Stadt.....	110
2.4 Die Bedeutung der Straße für Street Art-KünstlerInnen	121
3. FROM STREET ANONYMITY TO MEDIA STARDOM: NETZWERKBILDUNG ALS KANONBILDUNG	123
3.1 Die Street Art-Welt im Internet.....	125
3.2 Street Art-Magazine.....	134
3.3 Bücher	142
3.4 Gatekeeping	145
3.5 Media Stardom	151
4. DER MARKT FÜR STREET ART-PRODUKTE	155
4.1 Charakterdesign, Designertoys und das eigene Label	158
4.2 Der Designmarkt als Arbeitsmarkt	167
4.3 Rechtliche Probleme	177
4.4 Ökonomie und Nachhaltigkeit	184

4.5	Kultureller Wert: „Obwohl Shepard Fairey ein Marketingmonster ist“?	188
5.	STREET ART-KÜNSTLERINNEN AUF DEM KUNSTMARKT	195
5.1	Vom Netzwerk zur Kunstwelt im Betriebssystem Kunst	195
5.2	Kunstmarktsegment Street Art	215
5.3	Outsider Artists? Art Brut, Low Brow oder Pop Surrealismus	226
6.	KARRIEREN VON STREET ART-KÜNSTLERINNEN	235
6.1	Karrieremodelle und Art-Market-Performances	237
6.2	Die erste Generation. Graffiti, Haring, Basquiat, Avant und Holzer	248
	FAZIT: ERFOLGREICHE STREET ART-KÜNSTLERINNEN	263
8.	ANHANG	269
8.1	Artnet Record für Shepard Fairey (3.2.2013)	269
8.2	Artnet Record für Banksy (3.2.2013)	273
8.3	Biografie und Ausstellungen von Jens Besser (8.2.2013)	275
8.4	Buchveröffentlichungen England, USA, Spanien, Schweden und Deutschland 2000 bis 2010	278
8.5	Bücher zu einzelnen Städten in Schweden, Spanien, USA, Großbritannien und Deutschland 2005-2010	282
8.6	Street Art-Dokumentationen 2004–2011	283
8.7	Häufigkeit der Nennung von KünstlerInnen in 10 Medien 2002–2009	284
8.8	Wooster Collective: Who's getting involved? (9.2.2005)	286
8.9	Bedeutende Festivals und Gruppenausstellungen in Europa und Nordamerika 2001–2011	288
9.	QUELLENNACHWEIS	291
9.1	Literaturnachweis	291
9.2	Nachweis der Internetquellen	315
9.3	Nachweis der Abbildungen und Tabellen	335
10.	DANKSAGUNG	336

1. Street Art-Karrieren auf dem Kunst- und Designmarkt

„We really wish that we can live completely from our art one day“¹

Viele junge Kreative wünschen sich, von ihrer Kunst leben zu können. Einige von ihnen versuchen, ihren Traum mit Street Art zu verwirklichen. Durch Street Art als ästhetische Praxis im öffentlichen Raum können potentiell alle zu KünstlerInnen werden, die sich trauen. Aber nur einige wenige machen sich einen Namen und verdienen dadurch Geld. Darin liegt die Motivation für die vorliegende Arbeit: Ich folge der Frage, wie Karrieren von Street Art-KünstlerInnen entstehen und unter welchen Prämissen sie erfolgreich verlaufen. Wie werden sie zu ProduzentInnen für den Kunst- und Designmarkt? In den 2000er-Jahren hat Street Art als Trendphänomen erfolgreiche KünstlerInnen und DesignerInnen hervorgebracht, deren bekannteste Vertreter Banksy und Shepard Fairey sind. Doch wie erwachsen aus der Kontingenz des Erfolgs nachhaltige Karrieren?

Urbane Pioniere

Die beruflichen Wege von Street Art-KünstlerInnen sind in vielerlei Hinsicht repräsentative Beispiele für Entwicklungen, bei denen politische und wissenschaftliche Diskurse um Leben und Arbeit in den Städten des Westens zusammenlaufen. Sie zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass sie zunächst in keinem etablierten Setting stattfinden. Die Entstehungsphase dieser beruflichen Laufbahnen steht im Mittelpunkt meines Interesses. Als selbstständige BilderproduzentInnen mit subkulturellem und subversivem Potenzial gehören Street Art-KünstlerInnen zur Kerngruppe der *jungen Kreativen* in den Großstädten. Mein Forschungsfeld umfasst deshalb zwei große Bereiche sozial- und kulturwissenschaftlicher Forschung: die Kreativindustrien als Berufsperspektive sowie die Wechselwirkungen zwischen Kreativindustrien² und Städten.

1 Aus einem Interview der Berliner KünstlerInnen Various and Gould, <http://eyeseehue.com/#1672477/> Various-Gould, Zugriff 30.8.2011.

2 Der Begriff Kreativindustrie umfasst sowohl Teilmärkte wie den Kunstmarkt, die Designwirtschaft und den Medienmarkt, die der Kulturwirtschaft zugerechnet werden, als auch den Werbemarkt und das Kunsthandwerk, die zur Kreativwirtschaft gezählt werden. Lange 2011:1.

Im Gegensatz zum Wandel der Arbeit unter den Leitbildern Kreativität und Flexibilität³ sind die konkreten beruflichen Perspektiven der betroffenen ArbeiterInnen bisher weder qualitativ noch quantitativ erforscht worden. Für die Abfolge von bestimmten Schritten einer erfolgreichen beruflichen Laufbahn verwende ich den Begriff der Karriere. Wie funktioniert die Selbstprofessionalisierung⁴ erfolgreicher Street Art-KünstlerInnen? Wie ist die eigenverantwortliche und später marktvermittelte Projektarbeit verfasst? Und schließlich: Welche Formen kreativen Selbstunternehmertums werden hierdurch geschaffen?

Zwei Pole charakterisieren die bisherige Forschung dazu: Einerseits das Stilisieren eines selbstbestimmten sowie talent- und spaßorientierten Zukunftsfeldes, wie es etwa Sascha Lobo in Deutschland und die Schule Richard Floridas in den USA vertreten, andererseits die prekären Auswirkungen der Neo-Liberalisierung von Lebens- und Arbeitsbedingungen, wie sie etwa Angela McRobbie (1998, 2003) oder Boltanski und Chiapello (2003) beschreiben.

Die Gestaltung von Städten und Lebenswelten in Nordamerika und Europa durch Culturepreneurs (Lange 2007, 2011) oder Angehörige der Cultural Economy (Heßler 2008) markiert den Rahmen meiner Forschung über Street Art-KünstlerInnen. Zwischen KünstlerInnen und Städten kommt es zu einer doppelten Wechselwirkung: Die KünstlerInnen brauchen den Namen bekannter Städte in ihrer Vita und werten im Gegenzug durch ihre Anwesenheit die Städte auf. So schlägt der britische Jurist John Webster sogar vor, Banksys Werke unter Denkmalschutz zu stellen (Brocka 2011). Banksys Schablonenbilder wären nicht so berühmt, wäre er nicht aus seiner Heimatstadt Bristol in das Kunstmarktzentrum London gezogen. Die Arbeit und der Lebensstil von Street Art und Graffiti sind an die Stadt gebunden und lassen hier Einzelhandel und neue Industrien für Farben, Kleidung und das Entfernen des kreativen Outputs auf den Straßen entstehen. Diese Culturepreneurs sind auch Produkte der *Mode des Subversiven*, die auf zahllosen Messen, in Publikationen und Ausstellungen vermarktet werden. Daraus begründet sich der Fokus der Studie auf die Märkte,

3 Siehe Lazzarato 1998, von Osten 2003, Menger 2006, Seifert 2007, Neumann 2008, Götz 2009, Götz 2010a und b, Kaudelka 2010, Heur 2010, Loacker 2010, Fischer 2011, Lange 2011, Menke 2011.

4 Den Begriff der Professionalisierung entlehne ich bei Michaela Pfadenhauer (2003) dem Bereich der Professionssoziologie. Sie schreibt: „Während ‚Professionalisierung‘ im engeren Sinne entweder den Wandel eines Berufs zur Profession oder aber die berufsbiographische Herausbildung eines bestimmten, nämlich ‚professionellen‘ Habitus bezeichnet, will Helmut Schelsky (1972, S. 29) unter ‚Professionalisierung‘ in einem weiteren Sinne die ‚soziale Tatsache‘ verstanden wissen, ‚dass heute jegliche Form von Leistung in Form eines ‚Berufes‘ geschieht oder dass offensichtlich für jede Leistung und Tätigkeit von Lebenswichtigkeit und Lebensernst in unserer Gesellschaft nur noch das Modell des ‚Berufes‘ als Sinndeutung zur Verfügung steht.‘ Dieser – beim Begriff und bei der Bedeutung des Berufs ansetzenden – Bestimmung des Professionellen liegt ein spezifisch neuzeitliches Verständnis von Arbeit zugrunde [...]“. Pfadenhauer 2003:15.

die häufig einen Konflikt mit dem ursprünglich emanzipatorischen und politischen Engagement der KünstlerInnen hervorrufen.

Die vorliegende Arbeit versteht sich somit als ein Beitrag zur Kunst-, Wirtschafts- und Stadtethnologie. Auch zeitgenössische KünstlerInnen thematisieren einerseits ihre Rolle in der Stadt und deren Aneignung und andererseits ihre Lebens- und Arbeitsbedingungen, man denke z. B. an die Werke Andrea Frasers. Im Unterschied hierzu nehmen Street Art-KünstlerInnen sich das Recht, ihre Werke ohne KuratorInnen, GaleristInnen oder geschlossenen Ausstellungsraum einem großen Publikum zu präsentieren. „Donated to the streets“ sind ihre Werke hier außerhalb des Kunstmarktes ohne Preis und „für alle“. Durch diese marktferne Geste der Demokratisierung von Produktion und dem freien Zugang zu Kunst deutet sich die Rolle von Street Art in der Kunstgeschichte – auch als Reaktion auf die Kunstmarktblasen der 1990er- und 2000er-Jahre – an. Die Kunst oder vielmehr das Betriebssystem Kunst (BSK) wird von mir als ein Forschungsfeld betrachtet, dessen Feldlogik genauso zur Diskussion steht wie die von Street Art-KünstlerInnen frequentierten Felder des Graffiti-Writings und Produktdesigns. Die Ausnahme in allen diesen Bereichen ist die große Karriere: es zu schaffen, über viele Jahre Anerkennung zu bekommen, sich künstlerisch weiterzuentwickeln und sich als KünstlerInnen selbst zu finanzieren.

Street Art-Hype

Mein erstes Zusammentreffen mit Street Art fand im Januar 2005 hinter dem Marktplatz der Bouqueria in Barcelona statt. Der Markt, Autos und Großstadtmüll vermischten sich zu einem bunten Gewimmel, das von einer Kulisse aus bemalten und beklebten Häuserwänden, Türen und freistehenden Mauern halb abgerissener Schuppen oder Zäune eingerahmt wurde. Das Viertel Raval war im Umbruch. Später erfuhr ich, dass durch den Prozess der Gentrifizierung Street Art aus den Innenstadtvierteln verdrängt wurde. Sie machte einen Teil der Anziehung Barcelonas als eine der beliebtesten Destinationen des europäischen Städtetourismus aus. Barcelona war zu dieser Zeit die Street Art-Hauptstadt Europas, bevor sie durch Berlin abgelöst wurde. An den Mauern, Wänden und Bauzäunen herrschte ein großes Durcheinander von Bildern und Zeichen. Es gab Plakate und Graffiti, vor allem aber stachen mir große auf die Wand gemalte Figuren ins Auge. Was vorher auf kleinen Aufklebern im Großstadtrauschen unterging, konnte man hier nicht mehr übersehen. Überall waren Wandmalereien, die ich so vielfältig und frei im Außenraum noch nie zuvor gesehen hatte. Ich fing an, zu fotografieren, und suchte nach Büchern und Bezeichnungen für diese Kunst. Offensichtlich war ich nicht die Einzige, die von dieser neuen Form der Kunst fasziniert war: Viele Personen legten Flickr-Seiten oder Blogs an und kauften die ersten Bücher über Street Art. Die Beschäftigung mit Street Art löste den Wunsch aus, immer mehr Kunstwerke zu entdecken, die Unterschiede zu anderen Städten zu sehen und schließlich die Barriere zu durchbrechen, die Street Art

ausmacht: die KünstlerInnen kennenzulernen. In Barcelona gestaltete sich dies sehr einfach, denn die KünstlerInnen waren nicht nur im Viertel bekannt, sondern hinterließen auch ihre E-Mail-Adressen unter ihren Werken. Mit Interviewterminen, noch mehr Fotoausrüstung und Stadtplänen ausgerüstet, kam ich zurück nach Barcelona und begann damit, Street Art zu erforschen: Wo gab es was zu sehen? Was wollten die KünstlerInnen? Warum machten sie diese Kunst? Die Gesprächsinhalte verschoben sich auf die Produktion von eigenen Webseiten, Designaufträgen und Ausstellungen. Meine InterviewpartnerInnen sahen sich als KünstlerInnen und DesignerInnen und erlebten gerade ihre ersten Erfolge. Ich sah nun auch in Deutschland immer mehr Werbung und Galerien mit Street Art-Figuren. Nicht nur Street Art wurde vermarktet, sondern eine durch Sprühfarben, abgerissene Poster und *die Straße* geprägte Ästhetik. Man begann, über den Hype und eine immer bekannter werdende Liga internationaler Street Art-KünstlerInnen zu sprechen. 2006, im Jahr von Banksys großer Ausstellung *Barely Legal* in Los Angeles, die aufgrund ausgestellter lebender Tiere und berühmter Gäste wie Brad Pitt und Angelina Jolie in den Massenmedien besprochen wurde, erschien auch das erste Textbuch zum Thema: *Street Art. Die Straße als Spielplatz* von Daniela Krause und Christian Heinicke.

2007 jedoch wurde Barcelonas Innenstadt im Auftrag der Stadtregierung gesäubert. Während sich bei Londoner Auktionen Banksys Werke neben denen anderer zeitgenössischer KünstlerInnen behaupten konnten und Rekordpreise erzielten, wurden Barcelonas vormals bunte Wände weiß gestrichen. Eines der wichtigsten Ausstellungshäuser für zeitgenössische Kunst, die Tate-Modern in London, wagte 2008 eine Street Art-Ausstellung an ihren Außenwänden. Im gleichen Jahr gestaltete der Street Art-Künstler Shepard Fairey das Wahlplakat *Barack Obama Hope* zum Wahlkampf des späteren US-amerikanischen Präsidenten. In Deutschland fand 2009 in München die erste Kunstmesse allein für Street Art statt. Gleich mehrere Street Art-Bücher kamen 2010 auf den Buchmarkt und Banksys Film *Exit Through the Gift Shop* über die Kommerzialisierung von Street Art, der bisher 16 Filmpreise gewonnen hat und für den Oscar nominiert war, kam in die Kinos.

Dieser kurze Abriss skizziert, wie sich mein Forschungsfeld auf der Suche nach den Karrierewegen der KünstlerInnen auf zusätzliche Bereiche der populären Kultur ausweitete. Um ihnen zu folgen, musste ich über die Forschung auf der Straße, auf subkulturellen Blogs und in Magazinen hinausgehen. Mein Hauptforschungsfeld wurde der Markt kultureller Produkte mit der Währung der Aufmerksamkeit: der Zeitungsmarkt, der Banksys wahre Identität enttarnen wollte, der Buchmarkt, der Bestseller brauchte, der Anzeigenmarkt der Blogs (und Magazine?), der Markt für Produktdesigns und schließlich der Kunstmarkt auf der Suche nach junger authentischer Kunst.

Eine grundlegende Definition von Markt beinhaltet Angebot und Nachfrage. Der Street Art-Hype bedeutete, dass es immer mehr Nachfrage nach neuen Bildern, Ausstellungen, Festivals und somit KünstlerInnen gab. Die KünstlerInnen mussten in kurzer Zeit ohne Hilfe oder den Schutz von Erfahrungen und Institutionen lernen, professionell zu produzieren und sich zu vermarkten. Ihre Rolle auf diesen Märkten ist die der marktfernen RebellInnen von der Straße.

Bottom-Up-Netzwerke

Karrieren von Street Art-KünstlerInnen sind kein neues Phänomen und auch die damit verbundenen Probleme waren schon vor 30 Jahren präsent. Im New York der 1980er-Jahre waren viele Ingredienzien der heutigen Entwicklung schon vorhanden: heruntergekommene Innenstadtviertel, junge KünstlerInnen, aktivistische Kunst, der Kunstmarkt mit Galerien, KäuferInnen und Geld sowie der öffentliche Raum als bevorzugter Kommunikationsraum. Doch erst in den 2000er-Jahren kommt es zu einem „Phänomen Street Art“⁵: eine weltweite Bewegung entsteht, indem durch ein Netzwerk aus Hunderten von Personen Diskurse und vielfältige kulturelle Produkte neben den eigentlichen Bildern global zirkulieren. Wie die Bezeichnung Street Art nahelegt, werden die Bilder als Kunst verstanden und die Bewegung wird zu einer der allgemeinen Kunstwelt mehr oder weniger angeschlossenen Street Art-Kunstwelt.⁶ Die Städte, die Künste und die durch den spatial und iconic turn sensibilisierten Wissenschaften nehmen zunehmend Notiz von dem Thema. Diese Aufmerksamkeit erfolgt nicht durch ein Konzept von mächtigen Akteuren, wie einer Lobby für zeitgenössische Kunst im Ministerium oder an Akademien, sondern im Gegenteil durch Bottom-Up-Prozesse in künstlerischen und publizistischen Praxen Hunderter einzelner Akteure in Städten weltweit. Basierend auf dem gemeinsamen Interesse an der illegalen Praxis im öffentlichen Raum bilden die Akteure in einzelnen Handlungen – wie Kunst zu schaffen, zu fotografieren, zu bloggen, auszustellen, darüber zu schreiben oder diese zu verkaufen – diejenigen Netzwerke, welche die Karrieren der KünstlerInnen (und auch der anderen Akteure) hervorbringen. Diese Netzwerke und Entstehungsprozesse wurden mit Hilfe ethnografischer Forschungsmethoden nachgezeichnet, die, über KünstlerInnen, GaleristInnen und SammlerInnen – das traditi-

5 Auch viele Street Art-Bücher gehen dieser Fragestellung nach: „[O]ur aim was to try to understand how street art has grown from being an underground, D.I.Y. image-making strategy (at the end of the last century) to become the art world's next big thing, in less than a decade.“ Blackshaw 2008: 8, Reinecke 2007, Lewisohn 2008 usw.

6 Das Konzept der Kunstwelten entlehne ich dem Werk des US-amerikanischen Soziologen Howard S. Becker, dessen Studie *Art Worlds* (1982) zum symbolischen Interaktionismus gezählt wird. Der Begriff der Street Art-Welt ist außerdem von dem Begriff der Lebenswelten, wie Alfred Schütz sie in der phänomenologischen Soziologie entwickelt hat, und vor allem von Anne Honers Methode der lebensweltlichen Ethnologie inspiriert.

onelle Personal der Kunstwissenschaft und -soziologie – hinaus, Akteure bei der Arbeit an deren Karrieren sichtbar machen.

Kunst und Karriere

„I was an art school punk [...]. To me, the word ‚career‘, next to the word ‚artist‘, automatically meant compromising – selling out. To be fair, even if I wanted to sell out back then, nobody was buying. You had to be in your forties and preferably white and know the right people to get a show in most galleries.“ (Dan Witz 2009⁷)

Mit den Begriffen KünstlerInnen und Karriere verbinden sich meist zwei extreme Bilder: der Ruhm weltbekannter Stars wie Pablo Picasso oder Salvador Dalí und das als Van-Gogh-Syndrom bekannte Bild des armen Künstlers, der unverstanden leidenschaftlich arbeitet, ohne zu Lebzeiten Anerkennung oder Geld zu verdienen. Street Art-KünstlerInnen und Karrieren auf dem Kunst- und Designmarkt erweitern diese Kollision um eine weitere idealisierende Dimension: Street Art-KünstlerInnen sind anonym, bringen ihre Arbeiten unentgeltlich auf die Straße und passen diese Werke in eine spezielle Straßensituation ein. Den Widerspruch zwischen künstlerischer Freiheit und einer Karriere auf dem Kunstmarkt, in deren marktferner Geste gerade die Bedeutung für die Kunstgeschichte liegt, zeigt das oben aufgeführte Zitat des seit 1978 in New York arbeitenden Street Art-Künstlers Dan Witz. Jede Karriere und jedes Netzwerk der Street Art-KünstlerInnen ist individuell, es gibt für sie keine Ausbildung und keinen Tenure-Track. Einige KünstlerInnen kamen vom Graffiti, einige aus der Kunst, andere haben Street Art als ihre Kunstform ganz neu entdeckt. Manche Street Art-KünstlerInnen haben vor der medialen Aufmerksamkeit angefangen, andere sind auf den erfolgreichen Zug aufgesprungen. Dan Witz entzaubert den *Mythos des Künstlers als Genie*. Weder das Werk, noch sein Talent hätten den Durchbruch ermöglicht, sondern Erfolg werde über soziale Einbindung erreicht. Diese Einschätzung entspricht dem Modell der Kunstwelt, wie es Howard S. Becker entwickelt hat, und auch seinem Modell der beruflichen Karriere: „The successful career may be viewed as a series of such steps, each one a sequence of sponsorship, successful performance, and the building up of relationships at each new level.“ (Becker 1997:23). Ich folge seiner Definition, verschiedene aufeinanderfolgende Stufen der Produktion und Anerkennung als berufliche Karriere zu bezeichnen, und erarbeite sie für vier gesellschaftliche Räume, auf die sich die Netzwerke der Street Art-KünstlerInnen ausdehnen: die Straße, die Medien, den Designmarkt und den Kunstmarkt.

7 Interview mit Ali Gitlow (2009) für Overspray: http://www.danwitz.com/index.php?article_id=5, Zugriff 10.10.2011.

Karrieren als akteurszentrierte Perspektive

Die Fragen der Arbeit werden mittels einer ethnografischen Herangehensweise beantwortet. Sie stützt sich methodisch vor allem auf die Daten mehrerer Feldaufenthalte von 2006 bis 2010 und generierte daraus empirisches Material, welches mit historischer und theoretischer Literatur trianguliert wurde. Doch eine kunstethnographische Perspektive einnehmen heißt auch, vorhandene eingeübte Sichtweisen auf Kunst zu verlassen. Die dominierende wissenschaftliche Betrachtungsweise der Kunstgeschichte wird deshalb selbst zu einem Forschungsfeld mit eigener Feldlogik:

„Das «Ende der Kunstgeschichte» als eine notwendige Fermate, und die Einsicht in den fiktionalen Charakter der geschriebenen Kunstgeschichte der Moderne befreien den Blick für eine größere Aufgabe: die Besichtigung der eigenen Kultur mit dem Blick des Ethnologen.“ (Belting 1995:178)

Um mit dem Blick des Ethnologen, wie der Bildwissenschaftler Hans Belting es fordert, die westliche zeitgenössische Kunst zu besichtigen, bietet sich ein Schirm wie die Studien zur Visuellen Kultur an, der ein Repertoire an Konzepten und Methoden zur Verfügung stellt. Denn den Methoden entsprechend können unterschiedliche Fragen beantwortet werden, so wie die Blickrichtungen der bisherigen Disziplinen auf andere Ebenen des Phänomens Kunst zielen (Schade, Wenk 2012). Mit ihrem Akteurs- und handlungszentriertem Zugang ist Ethnografie dazu prädestiniert, die kulturelle Einbettung von Kunstformen nachzuzeichnen. Eine über qualitative Interviews und teilnehmende Beobachtung erfolgte Forschung zur visuellen Kultur kann beispielsweise zeigen, dass Feldlogiken und Akteure eine Kunstströmung nicht einfach entstehen lassen, sondern erst durch das Zusammenspiel der Akteure herausbilden. Die in dieser Arbeit eingenommene Fokussierung auf die Karrieren von Street Art-KünstlerInnen stellt *eine* mögliche akteurszentrierte Perspektive dar, die entscheidende Einblicke in die Entwicklung bestimmter Kunstphänomene geben kann. Für Street Art-Karrieren ist eine charakterisierende Kategorie beispielsweise der Erfolg auf dem Kunstmarkt, der wiederum viel über die gesellschaftliche und historische Bedeutung von Street Art aussagt. Sie wird auch von den Akteuren selbst diskutiert, wie Shepard Fairey in Banksys Film *Exit Through the Gift Shop* (2010) die Karriere des Street Art-Künstlers Thierry Guetta zusammenfasst:

„I do think that the whole phenomenon of Thierry's obsession with street art, becoming a street artist, a lot of suckers buying into his show and him selling a lot of art very quickly – it's an anthropologically, sociologically – it's a fascinating thing to observe and maybe there is some things to be learned from it.“ (Fairey 2010)

Aufbau

Dem zuvor skizzierten Konzept der Karrierestufen folgt der Aufbau der vorliegenden Arbeit. Im EINLEITUNGSTEIL werden vor der Beschreibung des methodischen Vorgehens der Arbeit zunächst der Terminus Street Art, wie er bisher in der Literatur vorzufinden ist, sowie die Positionen und Diskurse, die bisher die Geschichte der Street Art begleitet haben, geklärt. Um die spezifische Forschungsfrage der Arbeit nach den Karrieren und alle daran anschließende Fragen zu bearbeiten, folgen drei Beispielkarrieren. Sie bilden die Folie, anhand derer die einzelnen Zutaten der Karrieren in den Hauptteilen als eigene soziale Räume mit je eigener Feldlogik vorgestellt werden.

Das ZWEITE KAPITEL spürt den in der Diskurslandschaft *Straße* benannten Problemfeldern und Themen nach: Illegalität, Gentrifizierung, Werbung und Graffiti bilden nicht nur die inhaltlichen Themen der Kunstwerke, sondern beeinflussen auch maßgeblich die Formen von Street Art. Die Großstädte als Orte der Kunst, die tatsächliche Gestalt der Werke und ihre Entstehungsbedingungen werden hier als Fundamente untersucht.

Das DRITTE KAPITEL widmet sich der medialen Verbreitung von Street Art, die Grundlage des heutigen transnationalen Phänomens ist. Waren die Werke im vorherigen Teil noch an ihrem spezifischen Ort platziert, fangen sie hier an, global zu zirkulieren. Neben den KünstlerInnen treten Akteure in Erscheinung, welche die Distribution der Bilder leiten und lenken. Traditionelle Massenmedien, subkulturelle Medien, vor allem aber das Internet haben die Street Art-Bewegung zur ihrer Bedeutung geführt. Mit der Fülle und Masse der Werke wurden gleichzeitig selektive Arbeitsschritte wichtiger. So hat die Praxis der MultiplikatorInnen und PublizistInnen nach wenigen Jahren zu einem Kanon weltweit bekannter Street Art-KünstlerInnen geführt.

Nach der massenhaften Verbreitung der Bilder durch die Medien wird im VIERTEN KAPITEL die industrielle Nutzung der Street Art-Bilder thematisiert und ein weiterer Schritt der KünstlerInnen auf dem Weg zu einer Professionalisierung erörtert. Als das Phänomen aufkam, waren es zunächst Designaufträge, die den vormals anonymen KünstlerInnen erste Verträge und eine finanzielle Entlohnung für ihre Werke boten. Spätestens hier kommt es zu den ersten Konflikten mit den entworfenen Entstehungsbedingungen von Street Art, z. B. durch die ambivalente Beziehung zur Werbung. Doch die meisten KünstlerInnen streben nach ein paar Designarbeiten und der Abgrenzung von der Vandalismus-Debatte eine andere Form der Arbeit und des Lebens an: Autonomie von KünstlerInnen.

In KAPITEL FÜNF wird gezeigt, wie sich die KünstlerInnen im Spannungsfeld des Betriebssystems Kunst und der eigenen Kunstwelt der Street Art bewegen und ihre Position auf dem Kunstmarkt finden. Aus der vorhandenen Literatur zu KünstlerInnenkarrieren und den Ergebnissen zum Verhalten der Street Art-Welt/-Szene auf dem Kunstmarkt wird in KAPITEL SECHS das Modell der Art-Market-Performance entwickelt, um die enge Beziehung zwischen den Karrieren und dem Kunstmarkt be-

schreibbar zu machen. Durch Rückgriffe auf die Geschichte verwandter Kunstformen und ihres Verbleibs im Kunstbetrieb erfolgt die Untersuchung der Frage, wo sich die Street Art-KünstlerInnen im heutigen Diskursfeld der zeitgenössischen Kunst positionieren und Anerkennung in diesem Feld erlangen können.

Im FAZIT entwickle ich neben der inhaltlichen Zusammenfassung der vorherigen Kapitel in Form einer „Karriere-Anleitung“ in sechs Schritten eine Perspektive auf einen auf KünstlerInnen zentrierten Ansatz der Studien zu visuellen Kulturen.

1.1 Street Art in der Literatur

Wie in einem Schneeballsystem zogen in den letzten zehn Jahren Street Art-Werke in den Großstädten Westeuropas und Nordamerikas viele neue Kunstwerke nach sich. Street Art wurde zu einem Trend und erschien der jungen Generation von KünstlerInnen sowie dem Publikum subversiv und neu. Es sind nicht nur verschiedene Bezeichnungen im Umlauf, sondern auch widerstreitende Definitionen dieses Phänomens. Sie lassen sich oft durch die historische, geografische und fachliche Situiertheit der AutorInnen innerhalb von vier Jahrzehnten (1970 bis 2010) auf zwei Kontinenten (Europa und Nordamerika) zurückführen. Grundsätzlich wird nachfolgend zwischen Positionen vor dem Jahr 2000 und zeitgenössischen Positionen unterschieden. Meine These lautet, dass es um das Jahr 2000, obwohl Künstler wie Shepard Fairey (ab 1989) und Banksy (ab 1992) schon vorher aktiv waren, zu einem qualitativen und quantitativen Sprung bei der Ausprägung von Street Art kam. Ich führe dafür drei mögliche Gründe an: Erstens gab es einen Bruch in der Entwicklung des eng mit Street Art verwandten Graffiti-Writings, der durch zwei Ereignisse symbolisiert wurde: das Ende der Train-Ära 1989 in New York (Snyder 2009:24) zum einen und das Ende des Erfolgs der Graffiti-KünstlerInnen auf dem Kunstmarkt (Stahl 1992) zum anderen. Ein zweiter Aspekt umfasst die globale Ausbreitung von Street Art und die Möglichkeiten der Dokumentation beispielsweise durch das Internet. Die Professionalisierung der Street Art-KünstlerInnen und damit eine verstärkte Aufmerksamkeit und Reichweite, die in andere soziale Räume und Medien ausstrahlen, ist ein dritter Aspekt. Gerade die beiden letzten Gründe führten zu einer Vermassung des Phänomens, zu einer Schwemme an KünstlerInnen und Arbeiten seit Mitte der 2000er-Jahre.

Der folgende Überblick steht für einen bis dato noch nicht vorhandenen Forschungsstand zum Thema Street Art in der kunst- und kulturwissenschaftlichen Literatur. Er zeigt, welche unterschiedlichen Arten von Literatur sich mit dem Thema befasst haben und von welchen Phänomenen sich die AutorInnen dabei inspirieren ließen. Im Mittelpunkt stehen allein Publikationen, die primär Street Art zum Gegenstand haben. Ihre Argumentationen und Referenzen werden nachvollzogen und die Autor-

Innen dadurch als Akteure der Street Art-Welt wahrgenommen, die wirkmächtige Erzählungen erschaffen. Sie sind umso wirkmächtiger, weil sie als Bücher im Gegensatz zu Magazinen, Flyern und Blogs dauerhafte und langlebige Medien sind, die in kulturellen Institutionen die Existenz von Street Art bezeugen.

Die einzelnen Merkmale von Street Art haben sich orts- und situationsbezogen herausgebildet. Nicht alle Ansätze werden in der Literatur schon unter dem Oberbegriff Street Art gefasst, sondern teilweise noch unter dem seit den 1980er-Jahren weiter verbreiteten Terminus des Graffiti, unter dem Künstler wie Harald Naegeli und Keith Haring verschlagwortet wurden.⁸ In der deutschen Literatur wird der Terminus Street Art erst seit der Jahrtausendwende aus englischsprachigen Medien sowie durch Veranstaltungen übertragen.⁹ Er kämpft dabei um die Abgrenzung von dem im Deutschen bereits besetzten Begriff „Straßenkunst“. Johannes Stahl, der in seinen Büchern bis 2009 ebenfalls mit dem Begriff Graffiti arbeitet, weist das französische Pendant „l'art dans la rue“ in einem Text des französisch-ungarischen Fotografen Brassai von 1933 nach. In seinem kunsthistorischen Nachweis der Repräsentation von Graffiti in der Malerei und Grafik ab dem 17. Jahrhundert wird deutlich, dass es sich dabei vor allem um Ritzungen und Grafiken im öffentlichen Raum der Städte und weniger um Malereien handelt. So zeigt Stahl, dass auch Graffiti eine Begriffsverschiebung erfahren hat. Die ursprüngliche Definition, abgeleitet von „Sgraffito“, bezieht sich demnach auf Ritzungen in eine Oberfläche (Brassai 1960:9), wurde dann auf „Kritzeleien“ an Wänden, Türen usw. übertragen und schließlich in den 1980er-Jahren für das aus Nordamerika nach Europa importierte Phänomen des Writings mit „Farbspritzdose oder einem breiten Magic-Marker-Filzstift“ verwendet (Weihsmann 1982:1).

Die Verwendung von „Street Art“ wird von mir nicht in ihrer allgemeinen Form als Oberbegriff für alle Künste auf der Straße verwendet, sondern allein für die heutige spezifische Form bildender Kunst, wie sie im zweiten Kapitel entwickelt wird. Ein Eintrag für den Begriff „Street Art“ existiert in der Encyclopaedia Britannica

8 Auch in Peter Kreuzers Werk *Das Graffiti-Lexikon. Wand-Kunst von A bis Z* von 1986 gibt es keinen Eintrag zum Begriff Street Art. Anders verhält es sich mit dem zweiten deutschen Graffiti-Lexikon von Bernard van Treeck von 1993: *Graffiti-Lexikon: Street-Art – legale und illegale Kunst im öffentlichen Raum*, in dem Street Art bereits im Titel genannt wird. Noch 2007 verweist Nicholas Ganz auf die Nutzung des Begriffs Graffiti „as a generic term of street art.“ (Ganz 2007:10), siehe auch Waclawek 2009.

9 So nutzt Horst Schmidt-Brümmer 1982 den Begriff nur in Bezug auf die Street Art-Bewegung in den USA, die er auch als „anonyme Volkskunst“ (Schmidt-Brümmer 1982:72) bezeichnet. Er grenzt sie von Wandmalereien und auch Graffiti ab, betont aber die wechselseitige Inspiration. Margarete Baur-Heinhold nutzt den Begriff 1978 für die „Monumentalmalerei in den Straßen Amerikas, großflächig, grellbunt, überdimensioniert, für den rasch Vorüberfahrenden noch aufnehmbar, ein Spaß vielleicht auch für triste, graue Wohn- und Fabrikgebieten“. Anfänglich fragt sie, ob „„Street Art“, ein neuer Begriff im Deutschen, eine neue Kunstform?“ ist, Baur-Heinhold 1978:8.

von 2011 nicht. Der Katalog der Library of Congress in Washington verzeichnet aber ca. 2.000 Werke, die sich vor allem auf Wandmalereien (engl.: murals, span.: murales) beziehen.

Street Art-Begriffe der 1970er und 1980er Jahre

Zwei US-amerikanische Bücher tragen den Begriff *Street Art* im Titel. Das erste von 1975 wurde von dem auf Design und Umweltwahrnehmung spezialisierten Psychologen Robert Sommer publiziert, das zweite zehn Jahre später vom Kurator Allan Schwartzman. In der dazwischenliegenden Dekade veränderte sich Street Art maßgeblich, was sich auch in den Beweggründen der Autoren zeigt. Sie waren im Falle Sommers durch das Civil-Rights-Movement motiviert, dessen Aufmerksamkeit für Wandmalereien sich auch in Deutschland niedergeschlagen hat (u. a. Barthelmeh 1980, Isensee 1981, Schmidt-Brümmer 1982). Sehr nah an Sommers Auffassung von Street Art ist auch Cockrofts Buch *Toward people's art* aus dem Jahr 1977, weshalb es im Vergleich zu den historischen Dokumentationen und Studien zu Street Art mitbetrachtet wird.

Robert Sommers Definition von Street Art unterscheidet sich wohl am stärksten von den Definitionen nach 2000. Der größte Unterschied liegt darin, dass Sommer nur Kunst unter dieser Bezeichnung akzeptiert, die direkt im öffentlichen Raum gefertigt wird. Er schließt dadurch alles aus, was nicht unter Zeitdruck auf der Straße entsteht – Poster beispielsweise sind nach seiner Definition somit nicht zur Street Art zu rechnen (Sommer 1975:60).

Durch seinen Zugang über die Definition „created and displayed in a public space“ (Sommer 1975:11) hebt er die Beziehung der KünstlerInnen und ihrer Kunstwerke zu den BewohnerInnen der Viertel hervor, in denen sich die Werke befinden¹⁰. Kunst ist für Sommer ein sozialer Akt und nicht isolierend und elitär. Dies verbindet sich mit dem Aspekt der Vergänglichkeit, sind doch die EinwohnerInnen dafür verantwortlich, ein Werk zu erhalten oder zu zerstören: „The fact that it is exposed to wind, rain, snow, and vandalism gives it an impermanent and fluid quality.“ (Sommer 1975:11). Von hier lässt sich eine Linie zur Kommerzialisierung der Kunstwerke ziehen: „There is no commodity involved that can be easily bought or sold. The impermanence and scale of the work discourage the collecting mania.“ (Sommer 1975:61).

10 „The most likely places to find street art are poor and rundown neighborhoods at some stage of urban renewal, bohemian sections, neglected storehouses, and areas adjacent to college campuses. There is very little street art in middle-class residential neighborhoods dominated by the custodial mentality.“ Sommer 1975:43.

Sommers links-intellektuell geprägte Perspektive auf Street Art wird durch die von ihm genannten historischen Referenzen unterstrichen: der Wandmalerei-Bewegung während der Großen Depression in den USA, Neu-England in den 1820er-Jahren, Mexiko zwischen 1923 und 1927, der Bilder der kommunistischen Malerbrigaden in Chile von 1969 bis 1971 und der Sowjetunion seit 1918. Für die Relevanz von Street Art in seiner eigenen Gegenwart konstatiert er Folgendes: „There is a street art explosion in America today of unprecedented proportions.“ (Sommer 1975:1).

Das Buch von Cockcroft et al. *Toward People's art* (1977) teilt diese Einschätzung nicht, zeigt aber denselben politisch motivierten Hintergrund der Wandmalereien in den USA der 1970er Jahre. Es dokumentiert, dass der Begriff Street Art als Äquivalent zu Peoples Art oder Public Art Movement vorhanden ist, aber nicht immer angewendet wird. Nach der Institutionalisierung und Kommerzialisierung der Avantgarde in den 1960er Jahren unterstreichen die AutorInnen den Zusammenhang zwischen Aktivismus, dem Auftreten von schwarzen KünstlerInnen, von weiblichen Künstlern und des „Mural Movements“ in der zeitgenössischen Kunst. Ihre Kunst im öffentlichen Raum ist zugänglich, authentisch und aktivistisch (Cockcroft 1977:XXI). Dabei betonen die AutorInnen ihren Status als AmateurInnen hinsichtlich der Wandgemälde, denn diese Art der Kunst war nicht Teil ihrer Hochschulausbildung: „We learned it in the streets by doing it.“ (Cockcroft 1977:XIX). Sie antworten konkret auf die gesellschaftlichen und politischen Anforderungen der jeweiligen Zeit und appellieren an die soziale Verantwortung der KünstlerInnen: „to make a direct contact as artists with the oppressed.“ (Cockcroft 1977:XX).¹¹ Ein für die heutige Bewegung wichtiges Argument der Verschönerung des eigenen Stadtteils schließt an, welches beispielsweise in der Inschrift der *Wall of Respect* 1967 in Chicago den direkten Zweck außerhalb der Kunst unterstreicht: „This Wall was created to Honor the Black Heroes, and to Beautify our Community.“ (Cockcroft 1977:3).

Die oben genannten politischen Anliegen scheinen bei den nächsten Büchern nicht mehr im Fokus des Interesses zu stehen. Hier kommen Murals zwar vor, und auch das Graffiti-Writing wird genannt, der Fokus hat sich aber eindeutig auf heutige Techniken und Formen von Street Art verschoben. Der Fotograf David Robinson veröffentlichte

11 Auch die Kunstkritikerin Lucy Lippard, die Street Art seit deren Anfängen begleitet und u. a. in ihrem Buch *Get the message? A decade of art for social change* von 1984 kommentiert, sieht die große Bedeutung der Wandmalereien für die aktivistische Kunst in den USA: „In fact, the mural movement constitutes the most important political art being made in America today, and much of it is even made by ‚fine‘ artists.“ (Lippard 1984:34). Sie unterscheidet darüber hinaus in ihrem Artikel *Trojan Horse. Activist art and power* (1984) drei Arten, wie KünstlerInnen aktivistische Kunst machen können: als „community artists“, als „political artists“ und als „experimental avantgarde in high art“, eben nur mit einem persönlichen politischen Anspruch, der in den Werken zugunsten des Kunstdiskurses zurücktritt, Lippard 1984.

in seinem Buch *SoHo Walls. Beyond Graffiti* Fotos, die er von 1980 bis 1990 in dem für seine Galerien bekannten New Yorker Stadtteil SoHo gemacht hat. Als Direktor eines Public Arts-Programms in Boston ist er sensibilisiert für die unterschiedlichen Formen geförderter und nicht geförderter Kunst im öffentlichen Raum und sieht so eine Verbindung zwischen dem Graffiti-Writing, den Wandmalereien und anderen Werken, die er im SoHo der 1980er Jahre vorfindet. Er verwendet die Bezeichnung Street Art nicht, sondern beschreibt die Werke auf der Straße als ein Amalgam aus vier künstlerischen Bewegungen: der Kunst der Stunde (auf der Lower East Side), Höhlenmalereien in Afrika, der Wandmalereibewegung und des Graffiti (Robinson 1990:8). Sie weisen einige benannte Merkmale der Street Art auf, wie Vergänglichkeit, Partizipation, ständiges Kommentieren, unsignierte, in kleinen Mengen¹² oder einzeln hergestellte Werke von meist allein und frei arbeitenden KünstlerInnen, deren Ziel es ist, das allgemeine Publikum anzusprechen. Auch die Formenvielfalt beschreibt Robinson und unterscheidet dabei zwischen Stencils, Malereien, hauptsächlich Postern und anderen „examples of original art“ (Robinson 1990:11), deren Entstehung er sich durch die Illegalität erklärt: „[A]rtists work at night in order to avoid detection.“ (Robinson 1990:14).

Allan Schwartzman beschreibt diese Elemente ebenfalls, fügt jedoch durch seine Kenntnis der KünstlerInnen die Unterscheidung zwischen den Graffiti-KünstlerInnen und den an den Akademien ausgebildeten KünstlerInnen der Lower East Side hinzu. Er sieht Kunst im öffentlichen Raum als eine Form von Macht und begrüßt „the first time in history that independent artist-initiated public communication through art has become wide-spread and is infiltrating the way we view the world around us.“ (Schwartzman 1985:10). Auf der Suche nach der Bedeutung von Street Art reflektiert er nicht nur den Kunstbegriff, sondern auch die Position der KünstlerInnen in der Gesellschaft, d. h. Themen der klassischen Avantgarden (Bürger 1974, Barck 2000, Beyme 2005).

An den Beschreibungen von Sommer (1975) kann man im Vergleich zu Schwartzman (1985) einige Verschiebungen ausmachen. Zum einen finden sich die als Street Art bezeichneten Werke nicht mehr in marginalisierten Vierteln, die nur von einer ethnischen Gruppe von Einwanderern frequentiert werden, sondern in SoHo oder der Lower East Side in New York, die zu diesem Zeitpunkt schon ein anderes Publikum haben. Und hier schließt sich der zweite soziale Bruch an: Haben Sommer und Cock-

12 Er fügt hinzu, dass Werke immer anders von der Umgebung angenommen werden, wodurch eine Atmosphäre („noise“) um die Werke entsteht, die auf der Wand eine Collage bilden. Diese steht im Gegensatz zu weißen Galeriewänden (Robinson 1990:11). Daraus ergibt sich, dass mehrmals produzierte Poster ein Original werden: „[T]he identical mass-produced item had become unique, one of a kind, while retaining common elements of the original.“ Robinson 1990:11.

roft sie vor allem mit Bezug auf die ethnischen Bewohner der Viertel thematisiert, zeigt sich Street Art bei Schwartzman im Kontext der Kunst, sogar der Avantgarde. Gemeint sind damit KünstlerInnen, die Ende der 1970er und Anfang der 1980er Jahre in der Lower East Side New Yorks Werke hinterließen und der dortigen Kunstszene zuzuordnen sind (Ervin 1985, Hager 1986), wie Jenny Holzer, Barbara Kruger, John Fekner, Les Levine, Richard Hambleton, Keith Haring und Jean-Michel Basquiat. Der Begriff Avantgarde wird allerdings, wie Karlheinz Barck anmerkt, in Amerika weit offener und affirmativer als in Europa, beispielsweise als ein Synonym für die Moderne benutzt (Barck 2000:268f) und in diesem Fall für die jüngste Generation noch nicht im Betriebssystem Kunst etablierter KünstlerInnen. Einige der genannten KünstlerInnen haben durch Weiterentwicklungen ihrer Projekte auf der Straße bemerkenswerte Karrieren gemacht.

Die Frage des Kunstbegriffs oder einer Erweiterung des Kunstbegriffs durch Street Art scheint sich erst zu stellen, wenn der Bezug zur nordamerikanischen künstlerischen Avantgarde dieser Zeit explizit wird. Robinson bringt beispielsweise die Erweiterung seiner Wahrnehmung verschiedener Kunstformen aus Afrika mit: „[A]rt was not isolated and could not be ignored. Art was not in museums but part of daily life, in signs, building designs, facial decoration, stenciled or dyed cloth, ceremonial sculpture, decorated gourds and pottery, even buses and mammy wagons.“ (Robinson 1990:5). Schwartzman argumentiert ähnlich mit der Überwindung der Grenzen der Kunstszene und damit auch den an der hohen Kunst beteiligten Gesellschaftsklassen hin zu einem sozialen Engagement („Why should art be passive?“ Schwartzman 1985:7). Im Gegensatz zu den historischen Beispielen gibt es in den 1980er Jahren seiner Meinung nach jedoch keine einheitliche Zielrichtung. Die Kunst folgt zwar einer politischen Tradition, aber keinen gemeinsamen oder utopischen Zielen:

„They [die Künstler] attempt to have their work communicate with everyday people about socially relevant themes in ways that are informed by aesthetic values without being imprisoned by them. They work individually to bring the mainstream of artistic thought into life, and the reality of mainstream life into art.“ (Schwartzman 1985:7)

Es folgen weitere Beschreibungen der Rolle der Kunst und der KünstlerInnen in der kapitalistischen Gesellschaft, welche die Freiheit der Street Art-KünstlerInnen durch ihre anonymen und unbeauftragten Praxen betonen. Schwartzman plädiert für die Unabhängigkeit von der Hegemonie des Kunstsystems durch Kunst auf der Straße (Schwartzman 1985:98).

Alle Ansätze betonen deutlich, dass die Kunstformen, so unterschiedlich sie auch sein mögen, in der Kommunikation mit dem urbanen Lebensraum entstanden sind.

Sie zeigen auch historische Bezüge zu künstlerischen und politischen Avantgarden, aber erst Schwartzman und Robinson beleben sie durch eine Zuordnung.

Die zweite Generation

Betrachtet man die neueren Publikationen, meist Street Art-Bildbände, so fällt auf, dass die Zahl der Neuerscheinungen seit 2005 von Jahr zu Jahr stetig gestiegen ist (ANHANG 8.4).¹³ Im Folgenden werde ich akademische und nicht akademische Publikationen, die sich textlich mit dem Phänomen auseinandersetzen, nach ihren Entstehungszusammenhängen gegliedert, vorstellen. Zu Beginn werden nicht-akademische Definitionen angeführt, die ab ca. 2002 eine neue Generation von Publikationen über Street Art einläuteten.

Aus der Vielzahl von Street Art-Dokumentationen ziehe ich zwei Autoren beispielhaft heran. Der britische Grafikdesigner Tristan Manco brachte von 2002 bis 2010 allein sechs Street Art-Bücher heraus.¹⁴ Durch seine Kenntnis der internationalen Szene wird er als Experte geschätzt und ist somit selbst ein wichtiger Akteur der Street Art-Welt. Eine ähnlich wichtige Funktion in Nordamerika nimmt der Kurator, Autor und Herausgeber des Magazins *Swindle*, Roger Gastman, ein. Die Technikoffenheit („Its media are wide open and still full of possibility.“) ist für ihn das entscheidende Distinktionsmerkmal zur Abgrenzung von Street Art und Graffiti, mit dem es die rebellierende Attitüde des Unerlaubten teilt und von dem es seiner Meinung nach abstammt (Gastman 2007:188).¹⁵

13 Der Anstieg kann auch auf den Übergang zwischen den Begriffen Street Art und Graffiti, wie 2007 im Titel von Nicholas Ganz' *Graffiti World. Street Art from Five Continents* zu finden, zurückzuführen sein. Die ersten Publikationen thematisieren vor allem die Technik des Stencils oder in der französischen Tradition des Pochoirs (van Treeck 2000 und Manco 2002, darauf *Stencil Pirates* von McPhee 2004). Wie am Begriff Stencil-Graffiti deutlich wird, stellt diese Technik eine Mischform dar, bei der meist bildhaft die Farbe mit Sprühdosen direkt auf die Wand aufgetragen wird. Für sein Buch *Street-Art Berlin* wechselt Bernhard van Treeck 1999 ebenfalls zum Begriff Street Art. Auch das Graffiti-Festival *Urban Discipline* 2000, 2001 und 2002 in Hamburg ging über das Writing hinaus, wie der Wandel zu Anwendungen in Design und der Übergang zu bildlichen Darstellungen zeigten (Peters 2000 und 2001, Peters/Zahlmann 2002). Die kanadische Kunsthistorikerin Anna Waclawek hat die historische Entwicklung der Phänomene von 1970 bis 2008 in ihrer Dissertation nachvollzogen, Waclawek 2009.

14 *Stencil Graffiti* 2002, *Street Logos* 2004, *Graffiti World. Street Art From Five Continents* mit Nicholas Ganz 2004, *Graffiti Brasil* 2005, *Street Sketchbook* 2007 und *Street Artbooks* mit Emmanuel Collin 2009.

15 „In many ways street art is best defined as artwork done in the streets, illegally, that doesn't quite qualify as graffiti because it doesn't feature the artist's name front and center. Eschewing the name style formulas of traditional graffiti, but embracing its irreverence and disregard for permission, street art has come to stay around the world alongside the graffiti movement from which it rose. It's media are wide open and still full of possibility. Street Art can take the simple form of posters or stickers, or the more complex forms of fully rendered and elaborate sculptural installations or large murals.“ Gastman 2007:188.

Manco ist in seinen Büchern deutlich inkoheränter. Noch bis 2004 gebraucht er die Bezeichnung Graffiti, doch geht er dabei von dessen fester Form aus, die nun durch den „anything goes approach“ mit anderen Materialien und Techniken revolutioniert wird (Manco 2004:7).

In seinem ersten Buch über Stencils (2002) konzentriert er sich vor allem auf die Straße und deren Einfluss auf die Kunst, die eine „subversive response“ auf die Werbung fordert: „Street art is both an expression of our culture and a counterculture in itself.“ (Manco 2002:7). Manco verwirft den Begriff Street Art, weil sich viele KünstlerInnen mit ihm ebenso unwohl fühlten wie mit Graffiti (Manco 2002:91). Der Begriff bezeichne ein zu „trendiges“ und durch Keith Haring, Kenny Scharf und Richard Hambleton zu sehr auf die bildende Kunst abzielendes Phänomen. Er bezieht sich damit auf die schon bei Cockroft, Baudrillard und Schwartzman existierende Abgrenzung von Street Art-KünstlerInnen als ausgebildete KünstlerInnen, die nun „infused with contemporary graphic design and illustration but free from artistic constraints“ in den Straßen arbeiten (Manco 2004:8). Der Autor beschreibt die zehn Jahre zuvor stattgefundenen Ablehnung seitens der Graffiti-Künstler: „It was felt that the art establishment was buying into graffiti style.“ (Manco 2004:9).

Durch den Erfolg von Künstlern wie Keith Haring und Jean-Michel Basquiat wurde der Street Art-Begriff so durch die Kunstszene konnotiert, dass er für Manco als Bezeichnung für alle Künste auf der Straße nicht mehr zu gebrauchen sei. Kann man bei Gastman in seiner zugegebenermaßen sehr kurzen und essenziellen Definition von Street Art folglich eine Geschichts-Vergessenheit finden, setzt sich Manco mit der Affirmation von Street Art in der Kunstszene New Yorks auseinander, die Allan Schwartzman 1985 beschreibt. Manco lehnt deshalb den Begriff Street Art erst einmal ab.

Wenn Street Art in Museen gezeigt wird, sind die dazugehörigen Kataloge Auftragsarbeiten von Kunstsachverständigen. Die beiden beispielhaft ausgewählten Ausstellungen, *Still on and Non the Wiser* in der Kunsthalle Barmen 2007, initiiert und kuratiert von Rik Reinking, und *Street Art* in der Tate Modern 2008, wurden darüber hinaus in etablierten Kunsträumen gezeigt (ANHANG 8.9). Sowohl der britische Künstler, Kurator und Journalist Cedar Lewisohn als auch der dänische Journalist, Kurator und Kritiker Toke Lykkeberg schreiben in einem Kontext, in dem es um die Anerkennung von Street Art im Betriebssystem Kunst geht. Die Publikationen sind dementsprechend nicht allein für die Rezeption im subkulturellen Kontext, wie die Bücher von Manco und Gastman, sondern für den Kontext zeitgenössischer Kunst entworfen.

Die Einleitung des Katalogs zu *Still on and Non the Wiser* beginnt mit einem Zitat zu Street Art-KünstlerInnen; diese sind demnach „Künstler, die sich anschicken, den renommierten Künstlern, die in den großen Galerien vertreten sind, den Rang abzulaufen.“ (Lykkeberg 2008:2). Diesem Thema widmet sich dann auch Lykkebergs

Essay *Graffiti und Street Art – Zeitgenossen zeitgenössischer Kunst*. Er beantwortet darin mit einer Herleitung über Graffiti die Frage, warum Street Art nicht zu den „Fine Arts“ zählen sollte. Graffiti, so versucht er historisch herzuleiten und bezieht sich dabei ausschließlich auf das US-amerikanische Writing ab 1960, hat über seine ProtagonistInnen keine Berührung mit Kunst oder kunsthistorischen Referenzen. Das *handwerklich* orientierte Graffiti wird so zu einer „Gegenstrategie zum Ready-Made“ (Lykkeberg 2008:3). Street Art, bei ihm in den 1980er Jahren entstanden, grenzt er durch figurative Darstellungen vom Writing ab: „Obwohl die ersten und berühmtesten Werke der New York Street Artists, namentlich die von Keith Haring und Jean-Michel Basquiat, von der menschlichen Figur ausgehen, bezogen beide Künstler ihre Anregungen auch von den Graffiti-Writeern.“ (Lykkeberg 2008:5). Den damaligen kurzen Erfolg von Graffiti und Street Art führt Lykkeberg auf die sich wiederholende Renaissance der Malerei zurück. Street Art-KünstlerInnen können in Folge dessen zu zeitgenössischen KünstlerInnen erhoben werden.

Lykkebergs Argumentation folgt somit folgenden Grundzügen: Street Art kommt von Graffiti, welches ein Handwerk ist. Die zeitgenössische Kunst sei in sich wiederholenden Abständen ihrer eigenen Hauptform, der Konzeptkunst, überdrüssig und werfe deshalb einen Blick auf die Entwicklung der Malerei und der damit verbundenen handwerklicheren Komponente von Kunst. An diesem Punkt können Street Art-KünstlerInnen den Zugang zum Kunstbetrieb finden.

Cedar Lewisohn ordnet Street Art mit einer anderen Strategie zwischen den Polen der Kunst und des Graffiti ein. Graffiti ist bei ihm eine Urform, aus der sich das Writing, das einerseits standardisiert, aber dennoch mit dem individuellen Stil der jeweiligen KünstlerInnen versehen ist, sowie die ortsspezifische Street Art entwickelten. Den Begriff findet er schon in den 1970er Jahren, dessen Etablierung aber erst durch Schwartzman 1985 (Lewisohn 2008:18). Weitere Abweichungen von den anderen AutorInnen schärfen seine Perspektive auf Street Art. So gab es für ihn Ende der 1990er Jahre schon eine durch die Anti-Globalisierungsbewegung motivierte Blütezeit, in deren Zusammenhang die Street Art ihre „No-Logo“-Attitüde gewann. Hier könnte die „mythische Frühzeit“ liegen, die von vielen KünstlerInnen und BetrachterInnen als authentisch beschworen wird. Der Autor stellt die These auf, dass Street Art dadurch Teil einer anti-kapitalistischen Rebellion war, die sich aber schnell im Mainstream, genauer: den Produkten der großen Mode- und Sportkonzerne, aufgelöst hat (Lewisohn 2008:81). Er thematisiert dadurch im Ansatz die Kommerzialisierung von Street Art und markiert die Einbettung von KünstlerInnen und deren Werken in den Produktionszyklus der Creative Industries als einen Verlust an Authentizität, wie es auch die meisten wissenschaftlichen Betrachtungen von Street Art tun.

Die zeitgenössische Street Art wurde von nordamerikanischen und europäischen WissenschaftlerInnen bis heute selten beachtet. Sie zu beschreiben und entsprechende Debatten zu etablieren, wird vornehmlich in wissenschaftlichen Publikationen vor allem über die Stadtsoziologie und die wenigen kunsthistorischen Referenzen versucht, die in den frühen Street Art-Büchern schon genannt wurden. Ich stelle im Folgenden drei verschiedene wissenschaftliche Zugangsweisen aus Deutschland vor, die *soziologisch* auf die Funktion der Kunst, *kunsthistorisch* auf die Eignung von Street Art als Avantgarde und *kulturwissenschaftlich* auf die Abgrenzung der KünstlerInnen als Subkultur oder Untergruppe in Kunst und Design abzielen.¹⁶ Dabei hat sich durch alle Disziplinen hindurch ein Kanon an Untersuchungskategorien gebildet, welche Street Art von Graffiti, Kunst im öffentlichen Raum und Kunst in Galerien (d. h. dem etablierten Kunstbetrieb inklusive Kunstmarkt) abgrenzen.

Nora Schmidt entwickelt in *Das Trottoir als Galerie. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie der Street Art* (2009) über die Frage der Rezeption eine systemtheoretische Lesart von Street Art. Für sie hat Street Art aus der Perspektive der StadtbewohnerInnen im Wesentlichen folgende drei Merkmale: „Ortsspezifisch, Inanspruchnahme von Irritationen im Alltag oder de[n] besondere[n] Umgang mit der materiellen Grenzenlosigkeit der Kunst.“ (Schmidt 2009b:35). Eine klare Trennung zwischen Graffiti und Street Art ist für sie nicht möglich (Schmidt 2009a:85, 2009b:35). Sie weist Street Art interventionistischer Kunst zu. Später bezeichnet sie Street Art im System der Kunst als „ideales Beispiel für den populär getarnten Parasiten“, wenn sie „die Grenzen des Systems in Frage [stellt], indem sie einige Strukturen gezielt missachtet.“ (Schmidt 2009b:130). Schmidts Referenzen bilden dabei Land-Art, Situationismus, Dada und Pop-Art, wobei Letztere für sie ebenfalls zwischen Kunst und Werbung angesiedelt ist. Insgesamt arbeitet sie explizit mit der Annahme, Street Art sei Kunst, und nutzt dementsprechend methodische Instrumentarien, die für das gesellschaftliche System von Kunst entwickelt wurden.

Auch bei Ilaria Hoppes Aufsätzen *Street Art und ‚Die Kunst im öffentlichen Raum‘* (2009a) und *Die junge Stadt* (2009b) geht es um die Einordnung von Kunst innerhalb vorhandener Stränge, wie der Kunst im öffentlichen Raum, der High Art und Low Art (siehe Varnedoe 1990). Als Kunsthistorikerin fragt sie unter anderem danach, ob Street Art als Avantgarde zu bezeichnen sei. Eines der Argumente, die sie zur Bestätigung dieser These heranzieht, betrifft die Techniken der Avantgarde. Die Gegenbewegungen in der Kunst, so Hoppe, streben einerseits immer nach Autonomie, andererseits nach gesellschaftlichem Einfluss und haben wie im Fall der historischen Avantgarden eine Veränderung der Gesellschaft zum Ziel. Dies ist der Widerspruch,

16 Zum letzten Bereich kann man auch Claudia Wilms *Sprayer im White Cube* (2010) zählen. Wie in Deutschland sind auch in Italien, Frankreich, Schweden, Großbritannien und den USA die wenigen Monografien zumeist aus Studienabschlussarbeiten hervorgegangen.

in dem sich auch Street Art befindet. Über diese Disparität will sie die Unterschiede zwischen Subkultur (Street Art) und freier oder hoher Kunst ausloten. Zwischen dem Produktionskreislauf von Street Art – den MacherInnen, die keine KünstlerInnen sein wollen, aber auf der Straße arbeiten – eine Verbindung zu schaffen, gelingt nur schwer. Wenngleich Hoppe an den Diskurs der Avantgarde anknüpft, lässt sich ihre Vorgehensweise nicht an Schwartzman anschließen. Sie spricht, um der Einteilung von Peter Bürger (1974) zu folgen, von den historischen europäischen Avantgarden und nicht der nordamerikanischen Neo-Avantgarde.

Als Kulturwissenschaftlerin stellt Julia Reinecke in ihrem Buch *Street Art – Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz* (2007) den Einfluss der Kommerzialisierung auf Street Art in den Mittelpunkt. Dadurch lenkt sie die Aufmerksamkeit auf eine Thematik, die in der zweiten Generation bei fast allen AutorInnen auftaucht und sich vor allem aus den Diskussionen in Internetforen und Blogs speist. Auch ihr Impuls ist es, Street Art zunächst von Graffiti abzugrenzen, es dann als eine Subkultur zu behandeln und später, wie Nora Schmidt, in die bildende Kunst einzuordnen.

Bevor ich untersuche, mit welchen Diskursen Julia Reinecke Street Art verknüpft, gehe ich kurz auf ihre Diskussion zum Begriff Street Art ein. Sie schreibt, dass sie sich 2004 mit der Bitte an den New Yorker Blog *Wooster Collective* gewandt hat, den Namen des Phänomens zu diskutieren. Trotz verschiedener Stimmen der Akteure für die Bezeichnung Urban Art (Adrian Nabi, Logan Hicks) und ihres favorisierten Ausdrucks Post-Graffiti (Stak, Sidney Janis, Ephraim Webber) entscheidet sich die Autorin mit folgender Begründung für Street Art:

„Street Art ist der Fachausdruck, der sich in der Street-Art-Subkultur und in der Öffentlichkeit von Anfang an als Hauptbegriff abzeichnete. So lautete nicht nur bei *Wooster Collective* von Beginn an die Überschrift: ‚*Wooster Collective – A celebration of Street Art*‘, sondern es tauchte diese Bezeichnung auch in Mode-, Musik- und Lifestylemagazinen, Zeitungsartikeln, Fernsehbeiträgen und Marketingberichten von Firmen auf.“ (Reinecke 2007:14)

Diesem gesamtulturellen Blick folgt Reinecke, wenn sie Street Art als eine Subkultur bezeichnet, die, wie erwähnt, zwischen der Kunst im öffentlichen Raum, den genannten historischen Kunstformen der Avantgarde und des Designs schwankt.¹⁷ Daraufhin unterscheidet sie drei Gruppen innerhalb der Street Art-KünstlerInnen: die Neulinge, die DesignerInnen und die KünstlerInnen.

17 Dafür gibt es zwei Gründe, erstens: „Die Street-Art-AktivistInnen gehören nach dieser Bestimmung einer Subkultur an, da die Anhänger sich um ihr geteiltes Interesse und die Praxis organisieren, ungefragt kunst- und designorientierte Werke im öffentlichen Raum anzubringen.“ (Reinecke 2007: 101). Und zweitens: „Die Street Art Subkultur unterscheidet sich vom Mainstream nicht nur durch äußere Auffälligkeiten, sondern vor allem durch ein geteiltes Kunst- und Designinteresse und die damit verbundene Aktion des ungefragten Publizierens im öffentlichen Raum.“ Reinecke 2007:101f.

Zusammenfassend fällt auf, dass alle drei Ansätze die eigentlichen Werke vernachlässigen, d. h. keine Werkbetrachtungen, sondern Kontextanalysen durchführen. Lewisohn, Lykkeberg, Manco und Gastman entwickeln ebenfalls ihre Perspektiven auf das Phänomen, aber nicht am einzelnen Werk. Betrachtet man ihr Vorgehen, besteht es vor allem darin, zu dokumentieren und zu kontextualisieren, nicht aber zu deuten oder gar zu diskutieren.

Zwischen Graffiti und Avantgarde

Der Street Art-Begriff war in den letzten vier Jahrzehnten in Publikationen unterschiedlich besetzt, wobei die Werke selten intensiv besprochen wurden. Ersterer steht darin in Konkurrenz zum Begriff des Graffiti, der in den 1980er Jahren vor allem in Europa als Sammelbegriff für künstlerische Praxen und Techniken im öffentlichen Raum genutzt wurde. Bei der Gegenüberstellung der aufgeworfenen Themen und Merkmale ergeben sich einige signifikante Verschiebungen zwischen den in der ersten und der zweiten Generation von Literatur beschriebenen Phänomenen:

1. Der Kampf um den städtischen Raum tritt in den Vordergrund und wird zu einem die Argumentation bestimmenden Aspekt.
2. Der „Lieblingsfeind“ der Street Art-KünstlerInnen und einer der Hauptbezugspunkte ist die Werbung. Sie ist gleichzeitig ein Zeichen für die Privatisierung und Kontrolle des öffentlichen Raumes.
3. Street Art-KünstlerInnen stehen nach wie vor Protestbewegungen nahe, nur handelt es sich nun um Adbusting, Culture Jamming und die Anti-Globalisierungsbewegung und nicht mehr um das Civil-Rights-Movement.
4. Wandmalerei wird nur noch untergeordnet thematisiert. Große Flächen auf Häusern in Großstädten werden schon für Werbung genutzt. Ihre Bemalung kann meist nicht schnell und unerkant erfolgen und würde deshalb einer Legalisierung bedürfen.¹⁸
5. Die Abgrenzung von bzw. Vermischung mit Graffiti ist weiter Thema, nur wird Graffiti stark kriminalisiert und in der Öffentlichkeit als Vandalismus verfolgt.
6. Obwohl Street Art um die Anerkennung im Feld der Kunst kämpft, wurden bisher kaum kunsthistorische Debatten etabliert. Als Kapital der KünstlerInnen wurde früher eine universitäre Ausbildung angeführt, heutige Maßstäbe sind eher kommerzieller Erfolg und Medienaufmerksamkeit.

¹⁸ Nur wenige KünstlerInnen, wie Blu, Os Gemeos, JR, Jorge Rodriguez und teilweise Banksy, gestalten ganze Wände von Häusern. Dies ist meist im Rahmen von Großprojekten wie *Backjumps* in Berlin 2005 und 2008 oder der *Artotale* in Lüneburg 2009 möglich, die den Organisationsaufwand leisten können. Aber auch der Begriff Wandmalerei scheint unangemessen. Er wurde durch das englische Wort *mural* ersetzt.

7. Street Art-KünstlerInnen scheinen nicht mehr nur unbekannt und vereinzelt oder in kleinen Gruppen zu arbeiten, sondern schließen sich über JournalistInnen und KuratorInnen zu größeren Gruppen zusammen. Insgesamt wird eine Organisation der Akteure in Form von Netzwerken durch Präsentationen im Internet und Ankündigungen von Ausstellungen etc. offenbar.
8. Geändert hat sich auch die Quantität der Verbreitung. Wie Graffiti in den 1980er Jahren gewann Street Art ab 2005 eine größere mediale Aufmerksamkeit und eine kritische Masse an AkteurInnen. Die Zahl der Street Art-Publikationen, die Werke, Ausstellungen usw. dokumentieren, wächst.

Zwei Interpretationen aus dem Literaturüberblick sollen einen ersten Bezugspunkt für die Frage nach den Karrieren heutiger Street Art-KünstlerInnen liefern. Im Laufe der Arbeit beziehen sich die Akteure immer wieder auf Kommerzialisierung und darin auf das Narrativ einer subversiven Vergangenheit von Street Art, „bevor alles kommerzialisiert wurde“. Im historischen Rückblick lassen sich zwei Momente bestimmen, in denen Street Art-KünstlerInnen Protestbewegungen und Gesellschaftskritik nahestanden: bei ihrem ersten Auftauchen im Rahmen der Protestbewegungen¹⁹ des Civil-Rights-Movements in den USA und dem zweiten Erscheinen in Folge der Anti-Globalisierungsbewegung bzw. Culture Jamming etc. der 1990er Jahre.

Die Geschichte zeigt aber ebenso zwei Bewegungen hin zum Betriebssystem Kunst. Dieses bildet den zweiten der beiden Pole, zwischen denen Street Art pendelt: Emanzipation im Rahmen von Protestbewegungen und dann, in Folge der Konsolidierung, das Anklopfen an die Tür der Kunst.

Ich biete darüber hinaus eine andere Deutung der Merkmalsgeschichte an, die reflektiert, dass es sich bei Street Art um ein Phänomen von populärer, eben nicht institutioneller Kunst handelt. In ihrem Buch *Pop oder Populus* (2007) geht Bettina Funcke auf die Bedeutung der Archive für Kunst ein. Sogenannte Low-(Brow-)Art wird nicht für wert befunden, um in einem der Archive der Hochkultur konserviert zu werden.

Man kann die Entwicklung der Street Art-Literatur auch als eine solche Geschichte lesen: Durch die Bürgerrechtsbewegung in den USA wird Street Art zum ersten Mal erwähnt, denn anders als bei der Volkskunst gibt es hier keine Traditionen oder wissenschaftliche Interessen. Die sozialen Bewegungen sensibilisieren für nicht-autorisierte, vereinzelt und private künstlerische Praxen. In den nächsten Jahren werden sie in Nordamerika und zeitlich verschoben auch in Europa durch Wandmalereien dominiert. Doch diese sind nur die langlebigste Form, denn erst der Avantgarde-Diskurs der 1980er Jahre widmet sich den ephemeren Formen der Street Art. Die Aufmerksamkeit der zweiten Generation folgt dann viel deutlicher der Thematisierung

19 Parallel dazu wird die französische Tradition der Schablonengraffiti, Pochoir, von vielen AutorInnen im Rahmen der StudentInnenbewegung angesiedelt.

des öffentlichen Raumes der Städte und vor allem der Werbung und des Graffiti. Im Gegensatz zu den früheren konstruktivistischen Definitionen wird der Street Art-Begriff hier negativ aus der Abgrenzung zu den beiden anderen Formen und der Kunst im öffentlichen Raum entwickelt. Street Art selbst wird nun in großer Zahl dokumentiert und kann im Internet leicht archiviert werden. Dabei spielt auch eine Rolle, dass in Folge der engen Beziehung zwischen (kunstmarktrelevanter) Avantgarde und Street Art eine allgemeine Beachtung als Kunstform und auf anderen Gebieten die Aufmerksamkeit für Alltagskultur nun endlich erkämpft worden ist.

Neu auf den Plan getreten sind ab 2000, wie erwähnt, die Blogger und deshalb sollen zwei der international bekanntesten Street Art-Blogger, *Wooster Collective*, hier den Raum für eine letzte Street Art-Definition haben:

„Street art consists of stencils, wheat-pasted paper, stickers, or sculpture installations illegally placed in public places that make one question the urban environment. Street art is ephemeral and disappears over time. It can catch people by surprise, it can make people think differently, and it can bring a smile to your face.“ (Wooster Collective zitiert nach Blackshaw 2008:169)

1.2 Ethnografie visueller Kulturen

Es ist ein aussichtsloses Unterfangen, den britischen Kunstmarktstar Banksy um ein Interview zu bitten. Und ebenso lässt sich aus etwa fünftausend Fotos, über fünfzig Interviews, unzähligen Blogeinträgen, Büchern, Magazinen, Videos und ein paar Filmen nicht die *eine* Geschichte über Street Art-KünstlerInnen schreiben. Basierend auf der Multi-sited Ethnography habe ich diese Daten von 2006 bis 2010 durch die Feldforschung in fünf verschiedenen Städten gesammelt. Meine Suche nach erfolgreichen KünstlerInnen der Street Art-Welt und deren Karrieren wird methodisch durch das Sammeln der Daten an diversen Orten und in sozialen Räumen, von heterogenen SprecherInnengruppen und durch unterschiedliche Medien vermittelt, charakterisiert. Sie hebt sich von anderen sozial- und kulturwissenschaftlichen Forschungsmethoden durch die mobile Feldforschung im Sinne einer teilnehmenden Beobachtung, einer ambulanten (Welz 1998:181) und räumlich-körperlichen Forschungspraxis (Clifford 1997:53) ab. Erstens war ich zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem Ort im Feld und beschreibe meine auf diese Weise lokalisierte und limitierte Perspektive: welche Werke ich dort gesehen habe, mit wem ich sprechen konnte und welche Schlüsse ich für die Beantwortung meiner spezifischen Frage ziehe. Zweitens habe ich durch meine eigenen Texte und Vorträge aktiv an der Produktion des Street Art-Diskurses teilgenommen.

Street Art-Bilder übernehmen die Rolle einer Spur, meine Arbeit bestand darin, ihnen zu folgen und die soziale Welt dahinter zu entdecken (Welz 1998, Marcus 1998). Denn um Street Art zu einem Medienphänomen und einige KünstlerInnen bekannt werden zu lassen, arbeiten Hunderte von Akteuren in Netzwerken, die Bilder sowie Texte produzieren und distribuieren. Erst durch die Identifikation „ich schreibe über Street Art-KünstlerInnen“ und die Produktion von Texten als „Visitenkarten“ bekam ich Zugang zum Netzwerk der ProduzentInnen und konnte ihre *Produktion von Karrieren* beobachten. Ich musste selbst zu einer Akteurin werden, um teilnehmen zu können, worauf ich gleich näher eingehen werde.

Nach der Konstruktion meines Forschungsfeldes sind deshalb sechs verschiedene Ebenen für meine Vorgehensweise charakteristisch: Von den materialen Grundlagen (den Fotos von Street Art-Werken) ausgehend, über die Akteure und ihre Netzwerke in die daraus entstandene Kunstwelt der Street Art, ihre Karrieren und schließlich zur thematisch-methodischen Einbettung in die Kunstethnologie möchte ich den Prozess von der Datengewinnung zum wissenschaftlichen Text am Beispiel des Aufenthaltes in London entfalten. Die sechs Ebenen führen gleichzeitig in die maßgeblich von mir benutzten methodologischen Konzepte ein.

„Etwas Rumrecherchieren auf ein paar Blogs gibt nicht wieder, was da draußen wirklich los ist.“²⁰: Konstruktion des Forschungsfeldes

London, Stockholm, New York Barcelona und Leipzig entsprechen nicht den global wichtigsten Orten für Street Art oder gar den Orten mit der größten Innovation oder Quantität. Sie entsprechen vielmehr den „Ländern des Nordens“, d. h. Nordamerikas und Europas, die sich auf die europäische Kunstgeschichte beziehen, den Einfluss des Graffiti-Writings kennen und vor allem keine lokal einzigartigen Praxen aufweisen. Das Beispiel Brasiliens zeigt, wie stark sich eigene nationale Ästhetiken entwickeln können (Manco 2005), denkt man an das Pixação als Form des Writings oder die Arbeiten des Künstlerduos Os Gemeos. Stencils oder Wandmalereien heben sich in Südamerika, Osteuropa oder Nordirland durch ihren politisch-funktionalen Gebrauch von westeuropäischen und nordamerikanischen Arbeiten ab. Der Geograf Marcus Ryll argumentiert zudem in seinem Text *Urban Art im Glokalisierungsprozess*, dass die Ressourcen zur Verbreitung der Werke durch viele Reisen vor allem den KünstlerInnen des Nordens, wie Banksy oder Shepard Fairey, zur Verfügung stehen (Ryll 2009:184).

Jede meiner fünf Forschungsstädte deckt jedoch relevante Themengebiete der Street Art ab und hat deshalb eine bestimmte Funktion: Barcelona als Beispiel der Gentrifizierung, das heißt dessen, wie Stadtpolitik eine einzigartige künstlerische Praxis verschwinden lässt, Leipzig und Dresden als Städte mit einer langen Geschichte

20 No Logo, E-Mail vom 15.8.2011.

in der westlichen Kunst, z. B. als Ort der Leipziger Schule, und gleichzeitig ost-deutscher Peripherie mit den damit zusammenhängenden Folgen der Deindustrialisierung, London als Stadt des Kunstmarktes, Stockholm abermals als europäische Peripherie, bekannt für Design, und schließlich New York als historisches Zentrum für Graffiti und zeitgenössische Kunst. In allen fünf Städten setzte sich eine Routine der Forschungspraxis in gleichförmigen Phasen durch: erstens das Quartier nehmen, das heißt, selbst in den Kampf um Raum in den Städten einsteigen, und sich über Viertel und Preise erkundigen, zweitens Wahrnehmungsspaziergänge in den relevanten Vierteln mit fotografischer Dokumentation und Mapping, drittens das Sortieren der Fotos sowie das Identifizieren von KünstlerInnen und Werkserien darin, viertens Blogs finden und damit in die Geschichte, andere Viertel und KünstlerInnen sowie Ausstellungen und Shops eintauchen, fünftens Läden und Galerien besuchen und zu Ausstellungseröffnungen gehen, sechstens Interviews durchführen und durch weitere Empfehlungen die Phasen zwei und drei wiederholen sowie vier und fünf vertiefen. Von den InterviewpartnerInnen und durch die räumliche Anordnung der Street Art lernte ich auf diese Weise die Beziehung zwischen Stadtraum, Street Art und KünstlerInnen kennen. Im Gegensatz zu einer Forschung durch Medien vermittelte mir ein stadtethnologisches Vorgehen (Lindner 2004) den Zugang zu sozialen Praxen und Atmosphären, worauf die kulturellen Produkte der Untersuchten antworten. Ich stellte vergleichend fest, dass Street Art-relevante Viertel dieselben Charakteristika aufweisen: zentrumsnah, gentrifiziert und durch die Mischnutzung von Wohnen, Einkaufen und Ausgehen geprägt.

Ich konstruierte durch die mobile und translokale Feldforschung ein Feld, welches sich zwar in fünf durch geografische, historische und rechtliche Charakteristika gekennzeichnete lokale Fragmente aufspaltet, aber durch gemeinsame Praxen, Bezüge und Netzwerke exemplarische Karrieren von Street Art-KünstlerInnen hervorbringt.

Materiale Grundlagen

Unter den materialen Grundlagen meiner Forschung verstehe ich vor allem die Fotografien und Kartierungen von Street Art-Werken, Galerien, Museen und Geschäften im städtischen Raum. Fotografieren ist eine der wichtigsten Praxen in der Street Art, die fast alle Akteure, egal welcher Funktion, ausführen. Die vergänglichen Werke oder Ausstellungssituationen werden auf diese Weise dokumentiert und dienen in Fotografien umgewandelt der Vermarktung. In meinem Forschungsprozess erfüllen die von mir produzierten Fotos drei Funktionen: Sie dienen als Erinnerungsstützen und Dokumentationen, sie lokalisieren Akteure und deren Praxen und schließlich nutze auch ich Fotos in meinen eigenen Texten. Sie treten damit zum einen den Beweis an, dass z. B. ein Werk an einem Haus angebracht war, sie zeigen gleichzeitig aber auch meine Positionierung und die temporäre und lokale Limitierung meines

Blickes. Neben der wissenschaftlichen Verarbeitung der Informationen ist die Nutzung der Fotos so bedeutsam, weil sie im Feld einer *Bildindustrie* stattfindet. Bilder sind die wichtigsten Waren und Medien für alle Akteure des Feldes und auch Street Art-ForscherInnen können sich von diesen charakteristischen Praxen des Fotografierens und Zeigens nicht ausnehmen.

Über Fotografien kam ich zu Kartierungen, indem ich Daten wie Ort, KünstlerIn und Kunstwerk auf Stadtpläne übertrug. Auf der Suche nach den Akteuren werden die Karten aber vor allem dann interessant, wenn weitere Datensätze zu Galerien, Museen und Geschäften eingetragen werden. In allen Städten kam es dabei zu einer Übereinstimmung: Street Art-Werke sind dort zu finden, wo auch Geschäfte und Galerien sind, die Bilder mit einer ähnlichen Ästhetik verkaufen. Darüber hinaus zeigt die in Abbildung 1 überarbeitete Karte von Artupdate mit Ausstellungseröffnungen in London, dass sich Street Art-Galerien (blaue Punkte 1–10) in der Nachbarschaft anderer Galerien für zeitgenössische Kunst angesiedelt haben. Wenngleich sie sich auch in Soho und East London befinden, werden sie allerdings nicht vom Artupdate-Service erfasst.

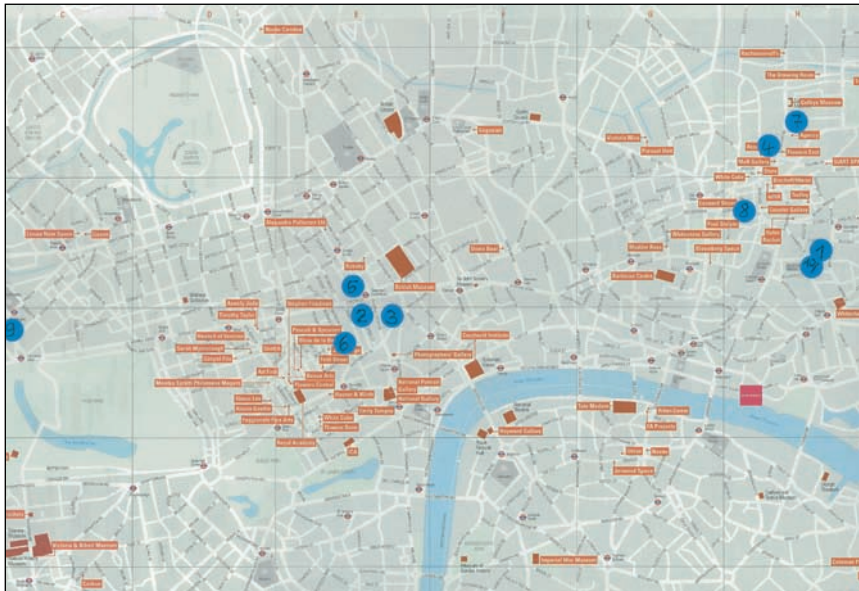


Abb. 1: Durch Street Art-Galerien ergänzte Karte von Artupdate London: Galleries/Museums, April/Mai 2007: Stolen Space Gallery (E1), Lazarides Gallery (W1D4), Elms Lesters Painting Rooms (WC2H), Dreambagsjaguarshoes (E2), Santa's Ghetto 2006 (EC2A), DPMHI (W1), Seventeen Gallery (E2), Leonard Street Gallery (EC2A), Spitz Gallery (E1)

In jeder Stadt verschaffte ich mir mit Hilfe von Kartierungen einen Überblick über die räumlichen Strukturen der Street Art-Welt und im Vergleich dazu der etablierten Kunstwelt mit ihren Institutionen wie Galerien, Auktionshäusern, Hochschulen und den etablierten KünstlerInnen.²¹ Aufgrund einer Gesamtschau meiner Fotografien sowie der Karten und Blogs konnte ich die Gruppe der zu dieser Zeit relevanten KünstlerInnen und GaleristInnen eingrenzen und diese als Akteure für Interviews in Betracht ziehen.

Akteursebenen

Den Kontakt zu den Akteuren herzustellen, stellt die größte Schwierigkeit einer Forschung über Street Art dar. Sie bewegt sich zwischen zwei Konträren: Zum einen sind viele Street Art-KünstlerInnen anonym, denn sie arbeiten illegal, und zum anderen werden sie von Anfragen aus Medien und Universitäten überhäuft und wählen deshalb sehr restriktiv ihre InterviewpartnerInnen aus. Erst über Kontakte und einen Platz im Netzwerk war ich relevant genug, um Zeit für ein Gespräch in Anspruch nehmen zu können. Weltweit bekannte Akteure gaben an, den vielen Anfragen nach Interviews nicht nachkommen zu können. Weitere Gründe für Ablehnungen waren, dass ich keinen Presseartikel als Produkt garantieren konnte oder im Gegenteil, dass die KünstlerInnen von zu vielen journalistischen Artikeln über sie enttäuscht waren. Nur selten gab es inhaltliche Gründe, die auch kommuniziert wurden. Auch in der Street Art-Welt gelten zum Teil subkulturelle Zugangsbeschränkungen (Thornton 1995:161, Schwanhäußel 2010:23–27), um das elitäre Wissen über die Person der KünstlerInnen zu erhalten. Diese Attitüde bezieht sich zunächst auf die Illegalität, es greifen aber auch subkulturelle Mechanismen zur restriktiven Kanalisierung von Informationen.

Diesen Strukturen des Feldes entsprechend, war es nicht möglich, eine vorher geplante Liste von Interviews „abzuarbeiten“. Street Art-BloggerInnen wurden für mich stattdessen zu ersten AnsprechpartnerInnen und GatekeeperInnen (Derwanz 2010:214–217) im Feld. Durch ihre Blogs übernehmen sie die Dokumentation und Repräsentation von Street Art in einer Stadt, sind AnsprechpartnerInnen für Medienanfragen und vernetzen einheimische und auswärtige Akteure. Mit ihnen und durch ihre Vermittlung führte ich zwischen 2006 und 2010 über fünfzig Gespräche. Mit Einverständnis der Akteure zeichnete ich siebenunddreißig ethnografische Interviews meist in Ateliers, Wohnungen oder Gastronomien auf. Dafür habe ich mich für die Form von episodischen Interviews nach Flick entschieden, da die InterviewpartnerInnen hierbei episodische Erzählungen nach subjektiver Relevanz selbst auswählen. Episodische Interviews zielen auf mehrere kleine Erzählungen ab, die an einzelnen

21 Siehe dazu Simpson zu New York 1981, Ericson zu Stockholm 1988, Plattner 1996 und Schneider 2006a.

Situationen hängen, wie den Vorbereitungen von Ausstellungen, dem Besuch eines Festivals oder dem Erscheinen eines Buches. Flick entwickelte diese Interviewtechnik zur Erforschung von narrativ an Episoden gebundene Erfahrungen und Alltagswissen und nicht an Begriffe gebundenen semantischen Wissens (Flick 2010:238–247). Wiederholt baten mich die Interviewten, Teile als „off-the-record“ zu behandeln. Um problematische oder bisher unzugängliche sensible biografische Daten der Interviewten zu schützen, habe ich in einigen Fällen deren Namen durch die Kennzeichnung des Ortes und die Funktion der Akteure ersetzt.

Der enge Kontakt der Street Art-Akteure zu JournalistInnen hatte weitere Auswirkungen auf die Interviewführung. Wenig in der Öffentlichkeitsarbeit erfahrene Akteure schreckten davor zurück, sich kritisch und frei zu äußern und fragten nach meiner Positionierung in der Street Art-Welt. Immer wieder versuchten sie, tastend abzufragen, wie ich mich selbst als schreibende Akteurin der Street Art-Welt positioniere. Interviews wurden so zu Gesprächen, in denen auch mein Wissen abgefragt wurde und ich mir durch Kenntnisse und Meinung Vertrauen erarbeiten musste. Andererseits haben viele Akteure den Umgang mit JournalistInnen im Laufe ihrer Karriere professionalisiert, d. h., feste Ausdrücke und Konzepte haben sich etabliert und Geschichten verdichtet, die sich wortgleich in meinen Interviews wiederfinden. Der „Präsentationstext“ der Akteure deutet auf die Praxis hin, sich selbst als MikrounternehmerInnen *vermarkten* zu müssen. Für ihre Karrieren scheint es demnach notwendig, Selbstpräsentationen einzuüben und angemessen zu kanalisieren.

Durch eine teilnehmende Beobachtung wird diese Praxis der Akteure sichtbar und die Daten der Interviews lassen sich einordnen. Einen Ansatz zur Überbrückung des Problems durch veränderte Forschungspraxen zeigt George Marcus' Arbeit zu Para-Sites (Marcus 2000).²² Dahinter stehen Überlegungen, welche Settings EthnologInnen schaffen können, um, unter anderem, Hierarchien abzubauen oder mehr als Selbstpräsentationen kennenzulernen. Marcus nennt das Beispiel eines gemeinsam von EthnologInnen und Akteuren gehaltenen Seminars, bei dem beide Seiten Inputs geben.²³ In eine ähnliche Richtung zielten die Ergebnisse der kunsthistorischen Tagung *Interview. Formen und Foren des Künstlergesprächs seit Vasari* 2010 in Hamburg. Hier wurde herausgestellt, dass ein KünstlerInneninterview „not a one way story“²⁴ ist, wie der Kunsthistoriker Lars Blunck betonte, sondern Ideen und Informationen in beide Richtungen fließen. Tacita Dean erklärte dazu aus Perspektive der KünstlerInnen Folgendes: „I discover through talking and doing“²⁵.

22 „We are terming this overlapping academic/fieldwork space in contemporary ethnographic projects a para-site.“ http://www.ethnography.uci.edu/ethno_para-site, Zugriff 25.10.2011.

23 Vortrag *Para-Sites: Performative Experiments in Projects of Anthropological Fieldwork* von George E. Marcus am 9.7.2010 auf der Tagung *Performing the Future* in Berlin.

24 Eigene Notizen HD, 26.6.2010.

25 Ebd.

Sowohl die teilnehmende Beobachtung als auch diese Art der Interviewführung beruhen auf der physischen Präsenz der ForscherInnen. Gender oder die Dominanz männlicher Akteure in der gesamten Street Art-Welt sind wichtige Einflussfaktoren für die Akquisition von InterviewpartnerInnen und daher als ein hervorstechendes Merkmal zu nennen.²⁶ Es folgen einige Zahlen dazu: Von meinen aufgezeichneten Interviews führte ich sechszwanzig mit Männern und zehn mit Frauen. Bei Letzteren war die Zahl der Künstlerinnen weit geringer als die der Frauen in „helfenden“ Professionen wie Galeristinnen, Kuratorinnen oder Autorinnen. Die Zahl der bekannten Künstlerinnen, die allein arbeiten, ist etwa gleich hoch wie die Zahl der Künstlerinnen, die mit einem männlichen Partner arbeiten (siehe auch Reinecke 2007:120). BloggerInnen und AutorInnen von Büchern über Street Art sind hingegen überwiegend männlich (ANHANG 8.4), während die bisher bekannten wissenschaftlichen Arbeiten in der Mehrzahl von Frauen verfasst wurden (KAPITEL 1.1). Gerade bei der akademischen Beschäftigung mit den Akteuren der Street Art-Welt tritt die Frage auf, warum es so wenige Frauen es auf der Ebene der bekannten und erfolgreichen Street Art-KünstlerInnen gibt (ANHANG 8.7). Dieses Ungleichgewicht in Bezug auf Graffiti und Street Art war 2006 der Antrieb für Nicholas Ganz, das Buch *Graffiti Women* herauszubringen: „Graffiti Woman was a natural follower of my first graffiti book, as I discovered the lack of female artists in publications and so I filled this gap with my book.”²⁷ In meinen Interviews kam es immer wieder zu dem Versuch, Künstlerinnen aufzuzählen, so beispielsweise seitens von Rik Reinking: „Es ist ‘ne sehr, sehr starke Männerwelt, also Frauen sind irgendwie, wen haben wir denn da? Wir haben Miss Van, Swoon, wir haben Hera, Fafi, es sind im Verhältnis ...“ (Int. HD, Reinking, 2007). Das Verhältnis der Künstlerinnen zu den Künstlern ist, außer in Julia Reineckes Buch mit fünf genannten Frauen und damit neunzehn Prozent Frauenanteil²⁸, geringer als der Anteil weiblicher Künstler im Betriebssystem Kunst. Ulf Wuggenig schreibt hierzu, dass dieser bezogen auf den Capital Kunstkompaß, d.h. ebenfalls die erfolgreichsten KünstlerInnen, von 4 % im Jahre 1970 auf 22 % im Jahre 2000 gestiegen sei (Wuggenig 2003:61). In der Studie *Künstlerinnen als Mütter – Mütter als Künstlerinnen* (Bütow 2004) wird die Ungleichverteilung mit strukturellen Bedingungen des Betriebssystems Kunst begründet: Je höher der Status, desto weniger Frauen gehen professionellen Karrieren nach und bekommen öffentliche Förderung.

26 Ich bemühe mich um geschlechtssensible Bezeichnungen, siehe *Leitfaden geschlechtssensible Sprache* (Pollinger 2006). Den Begriff Akteur behandle ich als geschlechtsneutral.

27 Interview Nicholas Ganz: <http://www.keinom.com/Whats%20Keinom.html>, Zugriff 15.4.2009. Julia Reinecke und auch einige meiner InterviewpartnerInnen bemerkten, dass es mehr Street Art-Künstlerinnen als Writerinnen gibt, Reinecke 2007:119.

28 Im Vergleich dazu sind in drei Street Art-Büchern, die jeweils eine große Zahl von KünstlerInnen vorstellen, die Anteile von Frauen bei Hundertmark 2003 mit drei Prozent sowie Manco 2004 und Bou 2005 mit jeweils neun Prozent, sehr viel geringer.

Ressourcen werden über männlich dominierte Netzwerke verteilt. Die Strukturierung des Marktes erfolgt, anstatt durch freien Zugang, nach dem Gatekeeper-Prinzip, das wiederum auf männlich dominierte Netzwerke zurückgeht. Durch einen durchschnittlich deutlich niedrigeren Verdienst entsteht mehr Zwang zu Nebentätigkeiten. Kindererziehungszeiten haben eine besonders negative Auswirkung (Bütow 2004:4f).

In meinen Interviews wurden bestimmte Themenbereiche wiederholt mit weiblichen Street Art-KünstlerInnen verbunden, deren Erklärungsmuster ich kurz aufzeige:

1. Männliche Hegemonie im öffentlichen Raum (oft bezogen auf Graffiti)

„Blogger: Street Art ist halt im öffentlichen Raum und der ist halt typen-dominiert.“ (Int. HD, Deutschland, 2010)

„Künstlerin: It's not that our hands are made for knitting and their hands are made for spray-cans.“ (Int. HD, Stockholm, 2007)

„Multiplikator: Ja, das ist natürlich 'ne sehr starke Männerdomäne. Die Frauen, die in diesem Bereich erfolgreich sind, sind ja auch sehr tough.“ (Int. HD, Deutschland 2007)

2. Männliche Hegemonie in der Kunst (Förderung, S/stilistische Hegemonie und Themen)

„Galerist: It seems like the majority of women that I show do make that girly art and the majority in the scene are doing that girly art or they're not... It's not strong enough. Not to say it won't get there but right now it's not there.“ (Int. HD, New York, 2007)

3. Männliche Hegemonie in den Netzwerken

„Galerist: There is women in the scene, though.

HD: There are women, yeah.

Galerist: There is more so than ever. I have more women artists than I ever had.

HD: Really?

Galerist: The problem is this: when it comes to men and women artists...

HD: ..aha...

Galerist: I don't choose them by this. Is the art based on their sex, their name, their race, anything? It is just based on what I like. And for whatever reason women have a different sensibility, the women here making this work have a different sensibility and I just don't like it so much. And I don't know why that is. [...]“ (Int. HD, New York, 2007)

Galeristin: „Women are so horrible to each other and men are so, so – not bothered about, you know? Women are so... they're victimizing each other and you know they, they're jealous and spiteful, you know.

And, I don't know, it's just hard to enter a men's world with things [vier Worte unverständlich]. You accidentally sleep with them. When men are always [zwei Worte unverständlich]. It's difficult to go when people doing something, it's difficult to go in there and join them, for those reasons. Because the men have got girlfriends, who hate you, or you know?

Always the thing, you know, you are there for this reason and then, because there are not enough women doing things, it's kind of self-perpetuating, you know... it's difficult; it's a vicious circle, it's difficult to break out..." (Int. HD, London, 2007)

4. Sexismus

Künstler über eine bekannte Künstlerin: „I as well will get pissed if that would be the reason why people will be fascinated about me would be my gender. (Int. HD, Deutschland, 2006)

Die Ausschnitte zeigen, dass ausgeprägte Rollenzuschreibungen von männlichen und weiblichen Akteuren aller Bereiche die Einteilung in zwei Geschlechter weiter fort-schreiben, obwohl der Zugang zu allen Positionen in der Street Art-Welt zunächst anonym oder medial erfolgen kann. Trotz der Anonymität der KünstlerInnen auf der Straße erfolgt nur selten ein Spiel mit Geschlechterrollen, wie es der New Yorker Künstler mit dem weiblichen Pseudonym Judith Supine evoziert.

Es wurde schon angedeutet, dass eine Häufung von weiblichen Akteuren in bestimmten Funktionen besteht. Um die verschiedenen Funktionen und Positionen in der Street Art-Welt sichtbar zu machen, wird nachfolgend die Ausbreitung der Netzwerke untersucht, die die lokale Street Art-Welt bilden.

Die Welt aus Netzwerken

Zeichnet sich die etablierte kunsthistorische oder -soziologische Forschung dadurch aus, die Beziehung der KünstlerInnen zu GaleristInnen, teilweise der GaleristInnen zu den SammlerInnen und evtl. auch den KunstkritikerInnen als maßgeblich zu betrachten (Moulin 1987, White 1993), erweitert die ethnografische Vorgehensweise diese Ergebnisse durch Feldforschungsdaten. Den Regeln des Street Art-Feldes war es geschuldet, dass, um KünstlerInnen nach ihren Karrieren zu befragen, andere Akteure ihres Netzwerkes zur Kontaktaufnahme zwischengeschaltet wurden. Das Netzwerk, welches ich in London kennenlernte, umfasste vor allem DistributorInnen und VerkäufInnen von Street Art, die oft auch selbst Street Art-KünstlerInnen waren. In diesem lokalen Netzwerk bestanden die Verbindungen zunächst über jahrelange Freundschaften und erweiterten sich um Personen, mit denen man gearbeitet hat. Die Organisationsform in Netzwerken ist die typische Organisationsform für kreative Projektarbeit im Sinne von „flexiblen und kontaktbasierten Beschäftigungsverhältnissen“ (Loacker 2010:35, 57). Alle meine GesprächspartnerInnen in diesem Netzwerk waren mit Banksy bekannt und zugleich war es eine Regel, dass ich nicht versuchte, weiter nach ihm zu fragen. Alternativ nahm ich Kontakt zu anderen Street Art-Akteuren auf, die über andere Galerien und andere KünstlerInnen Netzwerke in London bildeten.

Die lokalen Street Art-Welten bestehen aus verschiedenen sozialen Netzwerken, die über eine längere Zeit stärker und schwächer zusammenrücken oder sich nie kennenlernen. Neben den bekannten SammlerInnen, GaleristInnen und KritikerInnen haben sich vor allem BloggerInnen, Magazin-HerausgeberInnen, FestivalinitiatorInnen und DruckerInnen (Werke für den Kunstmarkt werden als Drucke verkauft) als wichtigste Akteure lokaler Street Art-Welten erwiesen. Während im Betriebssystem Kunst die GaleristInnen als GatekeeperInnen bezeichnet werden (Alemann 1997) und damit Knotenpunkte in den Netzwerken darstellen, sind es in der Kunstwelt um Street Art zusätzlich BloggerInnen, die KünstlerInnen Aufmerksamkeit und Zugang zu Netzwerken ebnen können. Die Arbeit in Projekten setzt diese Netzwerke voraus und erhält sie andererseits am Leben (Schwanhäuber 2010:59).



Abb. 2: Durch die Visualisierungs-Software *Issuercrawler* hergestellte Netzwerkkarte für die Internet-Verlinkungen der Firma *Pictures on Walls* in London am 27.11.2009

Um diese starken Vernetzungen sichtbar zu machen, bieten sich verschiedene Methoden des Mappings an. So zeigen beispielsweise als Teile meiner Einzelfallanalysen Soziogramme (Jansen 2006:91), die für ein Interview angefertigt werden, über welche Akteure gesprochen wurde. Aus diesen persönlichen Netzwerken einzelner Akteure erkannte ich vergleichend, dass in allen Forschungsstädten Akteure mit Banksy und seinen Werken vertraut waren, welche Blogs am meisten besucht wurden usw. Weitere Vernetzungen der Akteure werden durch Verlinkungen ihrer Internetpräsenzen oder gemeinsamen Projekte sichtbar (ABB. 2). Diejenigen Akteure, die hinter den Kulissen arbeiten, sind somit wiederum selten zu finden.

Einige Blogs wie *Woostercollective*, *Ekosystem* oder *Vandalog* lassen sich mit dem Vokabular der Social Network Analysis als besonders mächtige Hubs bezeichnen (Barabasi 2003:85, 103). Dem liegt die Ansicht zugrunde, dass Netzwerkknoten mit vielen Verbindungen „mächtiger“ sind als Knoten mit weniger Verbindungen (Barabasi 2003:221). Superhubs implizieren, dass sich Hierarchien im Netzwerk und in der Street Art-Welt durch die Menge ihrer Verbindungen ablesen lassen (Derwanz 2010b). Für die Karrieren von KünstlerInnen und das Bestehen von Galerien und Magazinen sind deshalb ihre Verbindungen zu anderen Akteuren besonders wichtig. Denn die gleichen Praxen der Produktion und Vermarktung erzielen je nach Vernetzung andere Effekte.

Eine Verbindung zwischen den einzelnen Knotenpunkten lässt allerdings zunächst unklar, welcher Art diese Verbindungen sind. Sie werden zum einen über ihre Intensität definiert, wie Mark Granovetter 1973 über die Bedeutung vor allem loser Beziehungen auf der Suche nach Jobs gezeigt hat (Granovetter 1995). Zum anderen werden sie über die Dauer von Netzwerken und die Beständigkeit der Akteure relativiert. Wenn viele Street Art-AktivistInnen gerade durch Street Art künstlerische Arbeit und medialen Erfolg ausprobieren, arbeiten sie als erfolgreiche KünstlerInnen häufig nicht mehr auf der Straße. Galerien bestehen nur für ein bis zwei Jahre, Webpräsenzen werden erschaffen und verlinkt und nach wenigen Monaten aufgegeben. Sowohl Street Art-Werke wie auch Ausstellungsprojekte sind meist auf eine Lebenszeit von wenigen Wochen oder Monaten angelegt.

Die sozialen Netzwerke der Street Art-Akteure bestehen lokal und zeitlich begrenzt durch geteilte kulturelle Praxen, die sich in Form von Projekten als Ausstellungen, Druckserien, Videodokumentationen oder Ähnlichem materialisieren. Eine essenzielle Form der Forschungsarbeit im Sinne der Multi-Sited Ethnography (Marcus 1998) war es deshalb, den Street Art-Werken auf ihrem Weg durch die Straße, Ausstellungen, Presseartikeln und Büchern zu folgen. Sie bekommen dadurch selbst den Status von Akteuren, analog einer schon etablierten Zuschreibung von Agency in der Ethnologie oder Kunstgeschichte (Gell 1998, Mitchell 2008). Ohne das spezifische

Vokabular zu benutzen, bemühe ich in diesem Punkt die Akteur-Netzwerk-Theorie. Sie geht über das Symmetrieprinzip (Callon 2006), welches Street Art-Bilder, Blogs und alle weiteren Medien ebenfalls als Akteure fasst, hinaus und zeigt die punktuellen Prozesse der Herstellung und Verbreitung dieser Akteure als Verbindungen zwischen menschlichen Akteuren. Über sie sind die Ausbreitungen der sozialen Netzwerke, die Praxen der Akteure und Wirkungsweisen des Netzwerkes zugänglich. Sie brechen gleichzeitig die großen Black Boxes (Law 2011:32, Hemmingway 2008:39–69, Belliger 2006:43f) wie Kunst- und Designmärkte in kleinere, nun sichtbare Akteure mit Handlungskompetenzen auf (Law 2006).

Ich gehe nun in die entgegengesetzte Richtung, indem ich die Netzwerke der Akteure zu zunächst lokalen Kunstwelten, z. B. der Street Art-Kunstwelt Londons, und dann vor allem gegenüber Kunstwelten anderer zeitgenössischer Stile als eine Street Art-Kunstwelt zusammenfasse. Im Gegensatz zu anderen Konzepten wie dem der Szenen²⁹ richtet Howard Beckers Konzept der *Kunst-Welten* den Fokus weniger auf die Vergemeinschaftung als vielmehr auf die produzierenden Praxen, die Arbeit und schließlich die daraus resultierende biografische Perspektive einzelner Akteure. In der Anthropology of Art hat sich das Konzept deshalb etabliert³⁰ und wurde weiter getragen. Ethnologen nutzen den Begriff für die Kunstwelten einer geografischen Region (Schneider 2006, Plattner 1998) oder wie auch hier in Bezug auf Street Art für bestimmte Formen wie Wulff (2005) z. B. für die soziale Welt des Balletts.

Vera L. Zolberg (1990), und später Dagmar Danko (2012), führt Kunst-Welten als wesentliches Konzept für die Sociology of Art ein. Im Gegensatz zu Sara Thorntons *Sieben Tage in der Kunstwelt* (2009), in dem der Begriff Kunstwelt für alle Beteiligten der globalen zeitgenössischen Kunst gilt³¹, hebt sie hervor, dass Becker in kleine Kunstwelten aufspaltet: „[...] Becker posits the coexistence of a number of different art worlds, whose actors engage in the process of creating art de novo, by including and excluding works from the category as they define it.“ (Zolberg 1990:80). Genau dieser Aspekt ist für Street Art identitätsstiftend: eine Akteursgruppe definiert Street Art, d. h. eine bestimmte Form kultureller Produkte, selbst als Kunst und zwar

29 Im Sinne von Hitzler/Bucher/Niederbacher handelt es sich um eine „single-issue-Gruppierung“ (Hitzler 2005:20) mit dem Thema Street Art. Auch die Definition des Begriffs als „[t]hematisch fokussierte kulturelle Netzwerke von Personen, die bestimmte materiale und/oder mentale Formen der kollektiven Selbststilisierung teilen und Gemeinsamkeiten an typischen Orten und zu typischen Zeiten interaktiv stabilisieren und weiterentwickeln“ (Hitzler 2005:20), lässt diese Setzung zu.

30 Marcus 1995, Plattner 1996, Alexander 2003, Schneider 2006, Nippe 2011.

31 „Die zeitgenössische Kunstwelt ist ein lose verbundenes Netzwerk unterschiedlicher Subkulturen, die vom Glauben an die Kunst zusammengehalten werden.“ (Thornton 2009:11). Später heißt es: „Die Kunstwelt dagegen ist eine Sphäre, in der viele Menschen nicht nur arbeiten, sondern leben. Es ist eine ‚symbolische Ökonomie‘, wo Gedanken ausgetauscht und kulturelle Werte diskutiert werden, jenseits des reinen Kommerz.“ Thornton 2009:12.

zunächst gegen gesellschaftliche Regeln. Becker führt zudem eine Typologie mit vier Positionen für KünstlerInnen ein: naive MalerInnen, AußenseiterInnen, VolkskünstlerInnen und integrierte Professionelle (Becker 1982). Der besondere Status oder besser die Anstrengungen zur Eingliederung der Street Art-KünstlerInnen in das Betriebssystem Kunst werden deutlich, veranschaulicht man sich den Weg von einer der ersten Kategorien bis hin zu integrierten Professionellen. Die Benennung als Integrierte macht ebenfalls die Bedeutung der Verbindungen zu weiteren Akteuren bewusst, die eine Kunstwelt neben den KünstlerInnen ausmachen: HändlerInnen, KuratorInnen, KritikerInnen, SammlerInnen oder ExpertInnen in einem Auktionshaus (Thornton 2009:12) plus GraveurInnen und LithografInnen, VerlegerInnen oder staatliche Organe (Zolberg 1990:132). Die KünstlerInnen bilden zwar den Mittelpunkt des Netzwerkes (Becker 1982:25), aber betrachtet werden verschiedene Personen und ihre Aufgaben (Becker 1982:9).³² Zolberg und Becker fassen diese Akteure unter dem Begriff der *Helfer*.

Street Art-Karrieren als Produkt von Kunstwelten

Es sind die zuvor genannten HelferInnen, die Karrieren in den Kunstwelten durch Zirkulation von Werken, Abbildungen, Besprechungen und Bewertungen herstellen. Auch wenn Street Art-KünstlerInnen ihre eigenen Websites pflegen, Ausstellungen machen/durchführen, Galerien betreiben und ihre eigenen Texte schreiben, die Rezeption und Herstellung von Aufmerksamkeit und Wertzuschreibung resultieren in den Kunstwelten. Und hier, darauf weist Becker hin, gibt es ein Zugangsproblem: „The process is circular: what does not have a good reputation will not be distributed.“ (Becker 1982:95). Karrieren in der Kunst fasst Becker als Prozesse auf, in denen es für KünstlerInnen um eine Verschränkung von erfolgreicher Produktion und erfolgreicher Beziehungsarbeit geht (Becker 1997:108). Vera Zolberg listet für die soziologische Forschung weitere Elemente für das Zustandekommen einer Karriere auf:

„This would show the awareness by sociologists of the fact that artists emerge from the interaction of initial propensities for talent and personality characteristics within the constraints of historically grounded opportunity structures, through changing processes and mechanisms of discovery, recruitment, and socialization.“ (Zolberg 1990:196)

32 Für die Malerei führt Becker folgende Akteure auf: „Painters thus depend on manufacturers for canvas, stretchers, paint, and brushes; on dealers, collectors, and museum curators for exhibition space and financial support; on critics and aestheticians for the rationale for what they do; on the state for the patronage or even the advantageous tax laws which persuade collectors to buy work and donate them to the public; on members of the public to respond to the work emotionally; and on the other painters, contemporary and past, who created the tradition which makes the backdrop against which their work makes sense.“ Becker 1982:13.

Auffällig sind dabei die Kategorien Talent und Charaktereigenschaften, auf denen die besondere Rolle des *Künstlers als Genie* in der westlichen Gesellschaft beruht. Betrachtet man hingegen die allgemeine Definition für berufliche Karrieren, wie nachfolgend im Oxford Dictionary of Sociology, sieht man, welche Besonderheiten durch die Kunstwelt eine Rolle spielen: „A patterned sequence of occupational roles through which individuals move over the course of a working life, implying increased prestige and other rewards, although not excluding downward occupational and social mobility.“ (Scott 2006). Angedeutet wird die Unterscheidung zwischen einer erfolgreichen Karriere mit steigendem Ansehen und steigenden Honorierungen und einer erfolglosen, „in whatever terms success is defined within the occupation.“ (Becker 1997:24). Erfolg im Betriebssystem Kunst kann man nach Raymonde Moulin objektiv beziffern in Form der „[...] number of shows, number of works owned by museums and collectors, awards received, prices paid for works.“ (Moulin 1987:109). Dann jedoch stellt sie zwei widerstreitende Ausrichtungen vor, die zum einen auf die künstlerische Anerkennung innerhalb etablierter künstlerischer Werte und zum anderen die Bewahrung von Freiheit und Authentizität abzielen (Moulin 1987:109).

Kombiniert man die Entstehung aus zeitlich und örtlich definierten informellen Netzwerken, den eigenen Ausformungen und Regeln der Kunstwelt, in der eine Wechselbeziehung aus Produktion, Resonanz und Distribution besteht, und mit der Einbettung in die Märkte, wird deutlich, dass es sich bei den Karrieren von Street Art-KünstlerInnen um einzigartige/spezifische Erzählungen handelt. Ich zeige deshalb in den einzelnen Kapiteln 2 bis 6 die Stationen der Karrieren und deren Rahmenbedingungen auf. Jede einzelne Karriere in der Street Art-Welt, ob als KünstlerIn, GaleristIn, BloggerIn oder AutorIn, könnte aber nur in einer detaillierten Einzelfallanalyse abgebildet werden.

Wissenschaftliche Einbettungen

Die Erzählungen von KünstlerInnenkarrieren in der Kunstgeschichte beschreiben die Verschränkung individueller Biografien und Kunstproduktion aus dem Blickpunkt einer fortschreitenden historischen (Stil-)Entwicklung (Belting 2002). Werden Forschungen über KünstlerInnenkarrieren im Plural angestrengt, dann meist zur Rolle oder zum Bild der KünstlerInnen in der Gesellschaft³³. Noch 1990 schreibt Zolberg, dass sich bis auf wenige kunstsoziologische und sozialpsychologische Studien nur BiografInnen und Romanciers für KünstlerInnenkarrieren interessieren.

In den spezialisierten Richtungen der Ethnologie als Kunstethnologie oder Anthropology of Art wurden selten KünstlerInnen, sondern vielmehr außereuropäische Kunstgegenstände untersucht (Kreide-Damiani 1992, Svasek 2007:16–37), die in ethnologischen Museen und nicht in Museen für zeitgenössische Kunst zu finden sind

33 Z. B. Kris 1980 (1934) oder neuer: Kampmann 2006, Krieger 2007, Bismarck 2010, Fastert 2011.

(Benzing 2006). Erst durch die postkoloniale Wende wird der Bereich außereuropäischer Kunst als Gegensatz westlicher Kunstgeschichte kritisiert, wie zahlreiche aktuelle Diskussionen und Begriffe wie Weltgegenwartskunst, Global Art oder World Art zeigen (Benzing 1978, Volkenandt 2004, Zijlmans 2008). Neben der geographischen Ausrichtung unterscheidet sich die kunstethnologische Perspektive darüber hinaus durch weitere Aspekte von der Kunstgeschichte und Kunstsoziologie. Aus soziologischer Perspektive werden die gesellschaftlichen Bedingungen und Wirkungen (Benzing 2006:269) gezeigt, die ethnografische Perspektive fokussiert eher auf die alltagspraktische Dimension von Kunst als sozialer Interaktion. Sie ordnet als herausgestelltes Ziel weder institutionell ein noch bewertet sie, wie es die Kunstkritik tut (Gell 1998:8).

Den Grundstein für eine Anthropology of Art zeitgenössischer Kunst legten 1995 die US-amerikanischen Kulturanthropologen George E. Marcus und Fred Myers mit ihrer Sammlung von Essays *The Travel in Culture. Refiguring Art and Anthropology*, die sich der globalen Zirkulation von Kunst verschrieben. Die Aufsätze zeigen nicht nur die Distributionsnetze von Kunst, sondern schon die global wirksame Beeinflussung von Kunstproduktionen. Dabei werden auch westliche Kategorien wie Kunst, Kunsthandwerk oder Design brüchig. Dies ist besonders im Zusammenhang mit der Positionierung von Street Art im Betriebssystem Kunst relevant. Die Diskussion wird hier entlang eng gesteckter Grenzen geführt, wie folgendes Plädoyer eines New Yorker Kunstkritikers zeigt:

„[...] Street Art is not the same as what we have come to define as contemporary gallery art. It's not that street art may not aspire to the same status but that it isn't always as substantive. The rebellious world of street art simply plays by a different set of rules that involves memes, placement, and populist discourse, to name a few of the distinctions that make its voice powerful and unique.“ (Vartanian 2010).

Denn die Street Art-Welt bewegt sich mit vielen Produkten, die bewusst für ein Massenpublikum gestaltet werden an der Grenze z. B. zur populären kommerziellen Kunst. Zolberg charakterisiert sie wie folgt: „[I]t lacks the aura of the individual, romantic genius creator, it attracts the many rather than the ‚happy few‘.“ (Zolberg 1990:141). Dadurch wird impliziert, dass sich die Werke qualitativ von der *hohen* Kunst unterscheiden lassen. Aus der Perspektive auf die Akteure hängen genau davon entscheidende Karriereschritte ab. Neben dem Statusgewinn, der sich in finanziellen Ressourcen auszahlen kann, erlangen KünstlerInnen darüber auch Zugang zu staatlicher oder anderer institutioneller Förderung (Zolberg 1990:141).

Eine Ethnografie setzt sich somit sowohl lokal über Länder und Kontinente als auch über westliche Kategorien hinweg, die für die Entwicklung der Street Art-Welt ebenfalls problematisiert werden müssen. Sie bietet darüber hinaus einen aus dem

Forschungsfeld transnational und virtuell definierten Rahmen, wie hier die Beschreibung beruflicher Laufbahnen innerhalb der ökonomisch orientierten Kreativindustrie: „[...] [E]thnography has the capacity to consider the larger process in which these distinctive positions of cultural production negotiate with each other in the workings of that field of activity we call the ‚art world‘.“ (Marcus 1995:32). Marcus und Myers weisen der Kunstgeschichtsschreibung in ihrer Einleitung einen Platz im System zu: „The narratives of art history, however, are also inescapably a major part of market process.“ (Marcus 1995:28). Ein Kunstwerk wird durch kunsthistorische Rahmung und Interpretation wichtiger.³⁴ Es erfährt dadurch kulturellen Wert, dass es in die Erzählung der Kunstgeschichte eingebettet wird: „Je mehr assoziative Verbindungen mitschwingen, umso reicher und interessanter erscheint es.“ (Wieser 2011:133). Den Kunstmärkten kommt dabei die besondere Rolle zu, immer neue Warenströme anzufordern, wie spätere ausführlichere Studien zeigen (Myers 2002, Svasek 2007, Schneider 2006).³⁵

In diesem Zusammenhang ist die Entstehung der Multi-Sited Ethnography als eine Antwort auf neue Anforderungen aus den Forschungsfeldern wie globaler Kunstwelten zu verorten (Marcus 1998). Diese waren nicht mehr an einem Ort und aus einer Perspektive, z. B. einer Gruppe von Akteuren, zu bearbeiten. Im Anschluss an die Writing-Culture-Debatte ist sie genauso wenig aus einer hegemonialen Situation heraus zu beschreiben, die eine Positionierung des Forschenden außen vorlässt.³⁶ Dieser Zugang entspricht den Konzepten der Visual Cultures oder Studien der visuellen Kultur (Schade, Wenk 2011:9) und es bleibt zu hoffen, dass die Ethnografie ihr Potenzial hier über die engen Grenzen der Ethnologie hinaus entfalten kann.

34 Natürlich wird dies auch in der Kunstgeschichte reflektiert, wie von Anne-Marie Bonnet auf der Berliner Konferenz *Kunst – Werte – Gesellschaft* 2008: „Kunsthandel (Galerien, Auktionen), Kunst-Museen (-Hallen, -Vereine, -Räume), Zeitschriften, Universitäten, Medien und Politik. Kunstgeschichte muss erkennen, dass sie nur ein Baustein des BSK ist: Zurzeit dient sie vor allem als ‚Steigbügelhalter‘ bzw. ‚Durchlauferhitzer‘ für den Kunstmarkt ...“ Paper auf: http://www.kwg.kunstvereine.de/doks/16_05/bonnet.html, Zugriff 25.11.2011. Hans Belting notiert sogar: „Die Chronisten des Geschehens sind mit der Aufgabe überfordert, sich für oder gegen die Pulsschläge des Kunstmarktes zu entscheiden, wenn sie nicht einfach kapitulieren und den Kunstmarkt mit dem Kunstgeschehen gleichsetzen, indem sie die neuesten Kurse notieren.“ Belting 2002:56.

35 Das Forschungsfeld der Anthropology of Art kennt seit einigen Jahren durch die Arbeiten von Arnd Schneider und Christopher Wright noch eine völlig andere Ausrichtung (2006b, 2010). Ausgehend von Hal Fosters Artikel in Marcus 1995, werden von den Autoren die Praxen wissenschaftlicher und künstlerischer Arbeit befragt und einander angenähert. Sie fokussieren damit weder auf die Produkte noch die ProduzentInnen.

36 Die Weiterentwicklung und Diskussion der Methode werden immer wieder vorangetrieben, z. B. von Marcus selbst in Greverus 2009:111-129 oder Rabinow 2008.