

Heike Derwanz

Nach allen Regeln der Kunst? Entautomatisierungsstrategien vor ihrem Scheitern auf dem Markt

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/3928>

Veröffentlichungsversion / published version
Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Derwanz, Heike: Nach allen Regeln der Kunst? Entautomatisierungsstrategien vor ihrem Scheitern auf dem Markt. In: Annette Brauerhoch, Norbert Otto Eke, Renate Wieser u.a. (Hg.): *Entautomatisierung*. Paderborn: Fink 2017 (Schriftenreihe des Graduiertenkollegs "Automatismen"), S. 291–306. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/3928>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:466:2-28545>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 4.0/ License. For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

HEIKE DERWANZ

NACH ALLEN REGELN DER KUNST? ENTAUTOMATISIERUNGSSTRATEGIEN VOR IHREM SCHEITERN AUF DEM MARKT

Street Art als Kunstform war frei. Sie hatte sich aus dem Korsett von Inhalten und Techniken des Graffiti-Writings, von Handwerksmaßstäben und, was noch viel entscheidender ist, von der sozialen Einbettung in das Betriebssystem Kunst gelöst: Es gab keine Akademien, keine großen Lehrer, keine Stipendien und Preise, keine Nachschlagewerke, keinen Kanon, keine Messen, Berufsgenossenschaften oder spezialisierte Museen.

So kann man eine Entautomatisierung des Kunstkreislaufes im Betriebssystem Kunst¹ beschreiben, die die definierenden Elemente von Kunst im Sozialen wie sie von Arthur Danto und Howard S. Becker benannt wurden², umgeht. Die Kunstform, die auf diese Weise gearbeitet hat und abseits der westlichen Großstädte immer noch in dieser Form funktionieren kann, ist Street Art. Ihre Merkmale sind Illegalität, Vergänglichkeit, Preislosigkeit, Anonymität und demokratischer Zugang sowie eine völlige Freiheit in Inhalten und Techniken.

Der folgende Artikel setzt die Entwicklung von Street Art als illegale und unabhängige ästhetische Praxis im öffentlichen Raum ins Verhältnis zu einer Form zeitgenössischer Kunst, die in den letzten Jahren als urbane Interventionen bezeichnet wurde.³ Der Prozess wird in der Literatur damit erklärt, dass durch die Hand des Kunst- und Designmarktes eine Automatisierung von Aufmerksamkeitsökonomie und Marktabhängigkeit vorangetrieben wurde.⁴

Der Text folgt der Argumentation, dass Entautomatisierung zu einem neu-konstituierenden Prinzip von Automatismen führt und die Entautomatisierung sich (nur) auf eine bestimmte Situation bezieht. Er ist ein Plädoyer für die

¹ Vgl. Thomas Wulffen, „Betriebssystem Kunst. Eine Retrospektive“, in: *Kunstforum International* (1994), S. 125; Anne Marie Bonnet, *Kunst der Moderne – Kunst der Gegenwart. Herausforderung und Chance*, Köln, 2004.

² Vgl. Arthur Danto, *Die Verklärung des Gewöhnlichen: Eine Philosophie der Kunst*, Frankfurt/M., 1991; Howard Becker, *Art Worlds*, Berkeley, Los Angeles, CA, London, 1982.

³ Vgl. Robert Klanten (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010; Friedrich von Borries/Friedrike Wegner/Anna-Lena Wenzel, „Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum“, in: Doreen Hartmann/Inga Lemke/Jessica Nitsche (Hg.), *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012, S. 95-104; Johannes Stahl, *Street Art*, Potsdam, 2009, S. 112.

⁴ Siehe z. B. Pedro Alonzo, *Spank the Monkey. On the Occasion of the Exhibition Spank the Monkey at Baltic, Centre for Contemporary Art Gateshead, from 27 September, 2006 to 7 January 2006*, Berlin, 2006; Stahl (2009), *Street Art*, S. 242-251.

Utopie, durch urbane Interventionen Wahrnehmung von Stadt zu verändern und durch Entautomatisierungen die Lücken für diese Veränderungen des Lebens in den Städten sichtbar zu machen.

Sehgewohnheiten brechen – Street Art

Besonders Stadtviertel wie East London, Raval in Barcelona, Södermalm in Stockholm sowie Williamsburg oder SoHo in New York zeichnen sich durch eine hohe optische Diversität an Street Art-Werken aus. Ähnlich dem Zappen im Fernsehen entstehen hier für den Betrachter auf wenigen Quadratmetern aus Werbebildern, Gebäudeoberflächen sowie Street Art und Graffiti mit unterschiedlichsten Farben, Techniken, Stilen und Motiven riesige spontane Collagen. Entsprechend der Gesetzeslage des Landes und der Atmosphäre der Stadtviertel sind die Orte, an denen sich Street Art-Werke zu den anderen Bildern der Stadt fügen, entweder offen zugänglich oder versteckt. In letzterem Fall entdeckt der Betrachter sie vielleicht eher im Internet, durch Insiderinformationen und auf Streifzügen mit Akteuren des öffentlichen Raumes. Die Gesetze in vielen Ländern machen es für die KünstlerInnen oft notwendig, schnell den Ort der Installation eines Werkes zu verlassen.



1 – Installation einer Strickmanschette

Das Street Art-Phänomen lebt davon, dass Kunst im öffentlichen Raum der Straße als etwas Besonderes wahrgenommen wird. Für die Auseinandersetzung mit Street Art ist der öffentliche Raum deshalb der erste wesentliche Bezugspunkt und gleichzeitig die erste Referenz für Street Art-KünstlerInnen. Hier installieren sie in einer Sphäre des Geheimen und Illegalen und hier sind ihre Werke dann zu sehen. Die BetrachterIn erlebt also zumeist eine Überraschung: Sie sieht plötzlich ein neues vergängliches Kunstwerk an einem oft

vertrauten Ort oder ist sogar bei der Installation dabei (Abb.1). Die Wahrnehmung des öffentlichen Raums und das Lesen der bekannten Zeichen, z. B. Konsumaufrufe der Werbung oder Verkehrsregeln, werden durch die neu hinzugefügten Street Art-Werke entautomatisiert.⁵ Die BetrachterIn sucht nach weiteren übersehenen oder neuen Zeichen, nimmt die Oberflächen und Bebauungen des Raums neu wahr und wird sensibler für die Beschaffenheit des öffentlichen Raums.



2 – Jeder kann Kunst

⁵ Kranz und Schmidt beschreiben dies mit den Worten: „[D]ass es der Street Art gleichsam um eine Überwältigung der Wahrnehmung durch kontextbezogen unwahrscheinliche Formen geht, die auf die Erzwingung der Attribution einer Mitteilungsabsicht auf die inszenierten Objekte durch die Passanten zielt.“ Olaf Kranz/Nora Schmidt, „Aus dem Rahmen gefallen. Über das Fungieren von Street Art und anderen Kunstwerken dies- und jenseits des Kunstbetriebes“, in: *Soziale Systeme* 16, 1 (2010), S. 150-176: 158.

Bedingungen für eine Entautomatisierung

Um diesen Moment der Entautomatisierung bei der Betrachtung zu erfassen, ist es wichtig, Street Art als eine orts- und situationsbezogene ästhetische Praxis im öffentlichen Raum zu beschreiben. Neun charakteristische Merkmale helfen dabei herauszuarbeiten, wie Street Art in den Kontext der Straße eingebettet ist.

(1) *Ortsspezifizität*: Gehen alte Definitionen, wie von Robert Sommer 1975⁶ noch davon aus, dass Street Art-Werke direkt auf der Straße entstehen, werden sie heute aufgrund der starken Restriktion nur im öffentlichen Raum installiert und davor im ‚Atelier‘ vorbereitet. Ortsspezifisch ist par excellence auch die Land Art. Doch sie entsteht meist an nicht-urbanen Orten, während Street Art üblicherweise in der Großstadt zu finden ist. Man muss Street Art-Werke an ihrem Installationsort aufsuchen, um sie in ihrer Wirkung wahrnehmen zu können. Hier antwortet sie auf Werbung und Verkehrszeichen, Stadtmöbel, Architektur oder Kunst im öffentlichen Raum.

(2) *Vergänglichkeit*: Es gibt viele Gründe für das meist schnelle ‚Vergehen‘ der Werke im öffentlichen Raum: erstens die Auflösung durch den Einfluss des Klimas, worin häufig die besondere Ästhetik erkannt wird: „The fact that it is exposed to wind, rain, snow, and vandalism gives it an impermanent and fluid quality“.⁷ Zweitens werden Werke zunehmend aus Beliebtheit mitgenommen oder drittens durch Reinigung entfernt.

(3) *Illegalität*: In den meisten Ländern Europas und Nordamerikas wird Graffiti stark bekämpft. Die Gesetze dazu werden häufig auch auf Street Art angewendet. Die 24- (Stockholm) oder 48-Stunden-Gesetze (New York) besagen, dass Hausbesitzer in einer festgelegten Zeitspanne die Werke entfernen müssen. Jedes Werk ist so von Seiten der KünstlerInnen ein politischer Akt des bewussten Verstoßes gegen die Gesetze, der einzige Aspekt, den Street Art eben nicht mit anderen Kunstströmungen wie Pop Art, Surrealismus oder Land Art teilt.

(4) *Anonymität*: Daraus folgt, dass Street Art-KünstlerInnen meist anonym bleiben, damit sie der Strafverfolgung entgehen. Die rechtliche Intervention des Staates, Street Art zu kriminalisieren und damit ihre freie Ausübung auf der Straße zu unterbinden und die Werke zu zerstören, verhindert eine direkte offene Autorschaft. Der bekannte Street Art-Künstler Banksy nutzt das Charakteristikum der Anonymität als Alleinstellungsmerkmal im Kunstbetrieb: „Nobody ever listened to me until they didn't know who I was.“⁸ Jedoch benutzen oder ersetzen seit Ende der 2000er-Jahre viele anerkannte Street Art-KünstlerInnen ihren Tag-Namen durch ihren bürgerlichen Namen. Zum einen, um sich damit einfacher in der Kunstwelt zu bewegen, zum anderen, weil sie

⁶ Vgl. Robert Sommer, *Street Art*, New York, NY, 1975.

⁷ Ebd., S. 11.

⁸ Banksy, *Banksy: Wall and Piece*, London, 2006, S. 13.

durch andere Aktivitäten z. B. als GaleristInnen ihren bürgerlichen Namen benutzen müssen.

Nach diesen vom Installationsort bestimmten Merkmalen zeigen die folgenden Merkmale, wie Street Art arbeitet.

(5) *Inhalt und Technik*: Während das Graffiti-Writing sich über das Spraying von Buchstaben – also ein festgelegtes Sujet und eine Technik des Farbauftrags – definiert, sind Street Art-KünstlerInnen in der Wahl ihrer Inhalte und Mittel völlig frei.

(6) *Soziale Einbettung*: Street Art-KünstlerInnen gehören nicht zu festen Kommunikationsgruppen wie im Graffiti und nicht zu Institutionen und Verbänden wie KünstlerInnen. Das heißt auch, dass ihre Werke zunächst nicht von einer bestimmten Gruppe Wert zugeschrieben bekommen, sondern, wenn überhaupt, von einer anonymen Masse. Die KünstlerInnen bringen ihre Werke als Gaben in den öffentlichen Raum.

(7) *Bildhaftigkeit*: Die Soziologin Nora Schmidt hat sich in ihrer Arbeit zu den Funktionen von Street Art mit der Realitätsverdopplung durch Street Art-Figuren (siehe Abb. 2 oben) beschäftigt. Das Kunstwerk etabliert eine zweite Realität neben dem Bildträger, also dem Blatt Papier oder der Leinwand, über die Dinge, die inhaltlich kommuniziert werden. Unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit wird durch die fiktionalen Charaktere der Street Art auf diese Weise irritiert und infrage gestellt. Die Funktionen der Street Art nach Schmidt sind vor allem die Überraschung und auch, dass sie unsere Ortserfahrungen neu strukturiert. Sie irritieren die alltägliche Ordnung des urbanen Raums: „Die Originalität von Street Art liegt darin, fiktionale Realität durch einen Kontextwechsel ungeschützt den Gegebenheiten des Alltags auszusetzen.“⁹ Ernst Gombrich erwähnt in *Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung* einen weiteren Grund, warum Street Art-Charaktere so große Aufmerksamkeit auf sich ziehen: „Sobald etwas, was einem menschlichen Gesicht auch nur entfernt ähnlich ist, in unser Blickfeld tritt, merken wir auf und sprechen irgendwie darauf an.“¹⁰ Und weiter: „Wir sehen nicht mehr einfach ein Gesicht, sondern ein Wesen mit eigenem Charakter und eigenem Leben, das uns erfreut oder bedrückt, bedroht oder beruhigt.“¹¹

(8) *Protest*: Viele KünstlerInnen protestieren mit jedem Werk gegen die Illegalität von Street Art und Graffiti, gegen die Gesetze und die Gesellschaft. Die Techniken der Street Art entstammen klassischen Protestformen, wie man sie beispielsweise an politischen Postern oder Stencils heute vermehrt in Osteuropa, im Nahen Osten und Südamerika findet. Eine Form von Street Art ist

⁹ Nora Schmidt, *Das Trottoir als Galerie. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie der Street Art*, Hamburg, 2009, S. 129.

¹⁰ Ernst H. Gombrich, *Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung*, Berlin, 2002 [1967, engl. OA 1959], S. 88.

¹¹ Ebd., S. 290.

Adbusting, die Umarbeitung und Kritik an Werbung, wie in einer Billboard Liberation.¹²

Und damit spricht man über *Motive der Kommunikation* (9) wie die Verschönerung des städtischen Raumes. Politische und betont unpolitische Street Art-KünstlerInnen scheinen sich hier gegenüberzustellen, wobei letztere die vermeintlich schwächere Position im internen Diskurs haben. Bei ihnen steht die Motivation, das eigene Umfeld zu verschönern, im Vordergrund.

Erfolg als Motor der Automatisierung

Für einen großen Teil der Street Art-KünstlerInnen ist es nicht nur bei den Praxen im öffentlichen Raum geblieben. Ganz im Gegenteil, Street Art ist heute eine bekannte Kunstrichtung, weil vor allem Ausstellungen und Auktionsrekorde für eine Berichterstattung in den Medien sorgten.¹³ Der Wert von Street Art im öffentlichen Raum wurde ausdrücklich durch den Wert der Werke auf dem Kunstmarkt beeinflusst.¹⁴ Der Markt, definiert aus dem reziproken Verhältnis von Angebot und Nachfrage, löste in den meisten Fällen die anonyme Beziehung der KünstlerInnen zu ihrem Publikum auf.¹⁵ Zum einen weil ein Tausch oder eine Transaktion stattgefunden hat, durch die auch die KünstlerInnen sichtbar wurden, zum anderen weil Daten zum Lebenslauf der KünstlerInnen den Wert eines Werkes auf dem Kunstmarkt mitbestimmen.

Der Markt für Street Art-Werke findet in Galerien, Ateliers oder Online-Shops statt, wird aber besonders auf den Kunstmessen sichtbar. Moniker und Stroke Art Fair sind zwei mittlerweile etablierte Street Art-Fachmessen in London und Berlin/München, die zeitgleich mit den ‚großen‘ anderen Kunstmessen im Herbst stattfinden. Um Kunstwerke dort verkaufen zu können, muss aus „Street Art“ ein tauschbares vermarktungsförmiges Produkt werden. Die Logiken des Produktdesigns und Strategien von Werbung müssen deshalb noch auf andere Weise als auf der Straße angewandt werden. Street Art muss physisch in ein Produkt umgearbeitet werden, vergegenwärtigt man sich noch einmal eine Beschreibung der Kunst auf der Straße: „There is no commodity involved that can be easily bought or sold. The impermanence and scale of the work discourage the collecting mania.“¹⁶ Heute hingegen werden Street Art-

¹² Siehe z. B. Luther Blissett/Sonja Brünzels, *Handbuch der Kommunikationsguerilla. Jetzt helfe ich mir selbst*, Hamburg, 1997, S. 95.

¹³ Vgl. Heike Derwanz, *Street Art-Karrieren. Neue Wege in den Kunst- und Designmarkt*, Bielefeld, 2013, S. 153 f.

¹⁴ Besonders deutlich wird dies an einem Fall in Melbourne, wo der Bürgermeister nach dem versehentlichen Zerstören eines Wandbildes von Banksy den Künstler ausdrücklich einlud, auf der Straße zu arbeiten, siehe ebd., S. 63 f. und S. 108.

¹⁵ Vgl. ebd., S. 78.

¹⁶ Sommer (1975), *Street Art*, S. 61.

Werke von der Straße durch Restauratoren abgenommen oder ganze Wände herausgeschnitten.¹⁷

Zwischen diesen beiden Polen, dem unverkäuflichen Werk auf der Straße und dem Aufwand, eine Wand mit Stencil auf dem internationalen Kunstmarkt zu verkaufen, liegen Schritte der Einspeisung von Street Art in einen Verkaufsautomatismus.

Banksy und sein Galerist Steve Lazarides haben Mitte der 1990er Jahre die Idee der leichten Übertragung von Stencils (siehe Abb. 3) in billige Drucke gehabt. Ein Mitarbeiter erinnert sich: „We started selling them [prints; Anm. H. D.] for 10 pounds. The quality of the prints got better, the paper got better.“¹⁸ Die Street Art-KünstlerInnen haben aber auch ihre Wege gefunden, die Materialität der Werke selbst und der Gestaltung der Wände im Innenraum nachzustellen (siehe Abb. 4). Sieht man sich Installationsansichten von Jean Michel Basquiat oder Graffiti-KünstlerInnen an¹⁹, fällt auf, dass hier auf Bildträgern gearbeitet wurde, die ebenfalls an weiße Wände gehängt worden sind. Basquiat oder John Fekner benutzten aber nicht nur Leinwände, sondern, wie Swoon oder die Finders Keepers Crew 2003²⁰, auf der Straße gefundene Trägermedien. Keith Haring ist dafür bekannt, auf jegliche Gegenstände gezeichnet zu haben. Mit dem Erfolg auf dem Kunstmarkt wurden schon von den KünstlerInnen der 1980er Jahre die vormals geklebten Papiere oder Holzplatten durch Leinwände ersetzt.²¹ Die Übertragung der Malereien von Zügen oder Wänden auf bewegliche Bildträger ist eine der wichtigen Grundlagen für den Verkauf von Street Art oder Graffiti. So sind auch historisch die mobilen Tafelbilder der Frühen Neuzeit und die Ablösung vom Fresco eine historische Voraussetzung für die Entstehung des modernen Kunsthandels. Street Art-KünstlerInnen nutzen dennoch häufig Galeriewände als Bildträger und arbeiten direkt darauf. Es ist eine der Strategien, im Innenraum auf die Straße zu verweisen und auch in Kunsträumen Sehgewohnheiten zu brechen. Eine andere optische Referenz ist die Hängung der Bilder (Abb. 4). Sie erinnert an die ungeplante assoziative ‚Hängung‘ im Außenraum, die Luke Dickens als ‚open curation‘²² charakterisiert. Es sind diese Referenzen der Straße, durch die Street Art-KünstlerInnen versuchen, ihre Arbeiten im Innenraum von anderen Kunstformen abzuheben, um den Reiz des Ungewöhnlichen aufrechtzuerhalten.

¹⁷ Vgl. BZ vom 25.2.2008 oder online unter: http://www.wandwerk.de/de/projekte/technik/wandmalerei/?project_key_=48, zuletzt aufgerufen am 11.02.2014.

¹⁸ Interview Heike Derwanz, London 6, 2007.

¹⁹ Zum Beispiel aus den legendären Ausstellungen der New Yorker Galerie *Fashion Moda* in: Stahl (2009), *Street Art*, S. 142.

²⁰ Vgl. Luke Dickens, ‚Finders Keepers‘. Performing the Street, the Gallery and the Spaces In-Between, in: *Illuminations. A Journal of Performance Studies* 4, 1 (2008), S. 1-30: 13 f.

²¹ Siehe dazu Allan Schwartzman, *Street Art*, New York, NY, 1985, S. 98-105 mit bspw. Lee Quinones, Lady Pink, A-One, Futura 2000; Quik, Daze usw. in Stahl (2009), *Street Art*, S. 61 und S. 154-161.

²² Dickens (2008), ‚Finders Keepers‘, S. 19.



3 – Stencils auf T-Shirts und Leinwand



4 – Wand eines Verkaufsraumes

Die Regeln des Betriebssystems Kunst

Schaut man etwas kulturwissenschaftlicher auf Kunstformen, erkennt man außerhalb der Kunstmuseen oder Galerien viele ästhetische Praktiken, die im Wertesystem des Betriebssystems Kunst keine Anerkennung erfahren. Der Soziologe Howard Becker hat in seinen Schriften darauf hingewiesen, dass viele Menschen künstlerischen Praktiken nachgehen, diese aber nur in einer marginalen Kunstwelt oder aber überhaupt nicht als Kunst erkannt werden: Hobby-

künstlerInnen, Mavericks oder Außenseiter.²³ Ein Buch aus den USA zeigt Street Art als People's Art²⁴, als ästhetische Praxis jenseits beruflicher Ausbildung. Diese Sichtweise unterscheidet sich von der Dantos, der in seiner Kunstdefinition betont, Kunst ist, was der Kunstbetrieb als Kunst anerkennt.²⁵ In der People's Art ist dieser Kontext irrelevant, denn ästhetische Produkte, die irgendeinem Publikum gefallen – sei es auch anonym – sind Kunst. Diese Deutung entspricht auch dem Verständnis der Do-it-yourself-Bewegung, wie sie Schwanhäußer sieht:

Damit agierte man sowohl gegen die Produkte der Kulturindustrie, die die Konsumenten mit anonymer Massenware versorgt, als auch gegen den elitären Kulturbetrieb, bei dem Kunst als Mittel der ‚Distinktion‘ eingesetzt wird, und setzte beiden einen breiten Kunst- und Kulturbegriff entgegen, bei dem im Sinn von Joseph Beuys ‚jeder Mensch ein Künstler ist‘.²⁶

Street Art-Werke wurden, wie eben gezeigt, als nicht anerkannte Kunstwerke aus dem öffentlichen Raum in verkäufliche Produkte für den Kunst- und Designmarkt umgeformt. Hier werden sie durch eine Gruppe mit sozial ausgehandelten ästhetischen Regeln bewertet, die Howard Becker als „characteristic phenomena of collective activity“²⁷ fasst. Isabelle Graw präzisiert diese Vorstellung, indem sie von Kunst als Wertbegriff spricht, „dem folglich eine evaluierende Dimension innewohnt.“²⁸ Dieser Prozess ist immer historisch zu kontextualisieren, wie die Kunstethnologin Maruska Svasek schreibt:

[A]rtefacts do not move through local, national and global networks because of inherent aesthetic qualities or innate enchanting powers. These qualities and powers are created in social settings of production, marketing and consumption, and are therefore context-specific and subject to change.²⁹

Jede Künstlerin und jeder Künstler ist so zwischen der Erfüllung der Normen und ihrer Freiheit hin und hergerissen, die in Erfolg oder Missachtung enden können.³⁰

Neuheit entsteht durch die Anzweiflung und Verschiebung einiger Konventionen, die das ausgebildete Publikum goutiert. Street Art-KünstlerInnen spielen also auf dem Kunst- und Designmarkt mit den dortigen Regeln, was verkäuflich ist, und müssen sich ihre Alleinstellungsmerkmale als neuen Trend

²³ Vgl. Becker (1982), *Art Worlds*.

²⁴ Vgl. Eva Cockcroft/John Weber/Tim Cockcroft, *Toward a People's Art. The Contemporary Mural Movement*, New York, NY, 1977.

²⁵ Vgl. Danto (1991), *Die Verklärung des Gewöhnlichen*.

²⁶ Anja Schwanhäußer, *Kosmonauten des Underground. Ethnografie einer Berliner Szene*, Frankfurt/M. (u. a.), 2010, S. 49 f.

²⁷ Becker (1982), *Art Worlds*, S. 39.

²⁸ Isabelle Graw, „Im Griff des Marktes? Über die relative Heteronomie von Kunst, Kunstwelt und Kunstkritik“, in: Sighard Neckel (Hg.), *Kapitalistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik*, Frankfurt/M., 2010, S. 73-89: 74.

²⁹ Maruska Svasek, *Anthropology, Art and Cultural Production*, London, 2007, S. 121.

³⁰ Vgl. Becker (1982), *Art Worlds*, S. 34 f.

erhalten. Man sollte an dieser Stelle also unterscheiden zwischen zwei Schritten: a) die Akteure der Street Art-Welt erkennen die Werke als Kunst an, und b) Akteure des etablierten BSK oder etablierter Kunstwelten erkennen die Werke an. Maruska Svasek merkt in ihrer Studie über afrikanische Kunst dazu kritisch an:

[B]eing incorporated in dynamic market settings certain artefacts may gain the power to attract potential customers, but often lose the symbolic meanings and impact they had in the societies in which they were produced. The buyers and owners of such artefacts will mostly use and perceive their new possessions in novel ways.³¹

So bespielte die Schirn Kunsthalle in Frankfurt am Main mit ihrer Ausstellung *Street Art Brazil 2013* wie auch die Tate Modern in London 2008 lieber den Außenraum anstatt ihre Kunsthallen selbst. Die Redakteurin der FAZ kommentiert: „Die Idee leuchtet sofort ein. Keine Eintrittspreise, keine Garderobe, kein Warten an der Kasse, keine Öffnungszeiten.“³² Jedoch wird der politische Kontext der brasilianischen Kunst nicht mehr sichtbar. Die Street Art aus Brasilien wird in Deutschland zur biederen Wandmalerei: „Und ein Drache, wenn man so will, ist die gesamte Street Art der Ausstellung: ein aus Brasilien eingeflogener Drache, dem man allerdings auf dem Transport die Reißzähne gezogen hat und statt Spiritus einen großen Schluck Wasser zu trinken gab.“³³ Und hier liegt tatsächlich ein großer Streitpunkt in der Street Art-Kunstwelt selbst, mit dem Publikum und dem Kunstbetrieb. Wie kann das Potenzial von Street Art weiter bestehen bleiben und die Wahrnehmung im öffentlichen Raum weiter entautomatisieren?

Urbane Interventionen: Entautomatisierung institutionalisieren

Dafür hat sich im Betriebssystem Kunst ein Begriff in den letzten Jahren besonders etabliert, der der „Interventionen“ oder „urbanen Interventionen“.³⁴ Im Kontext von Street Art wird dieser Begriff ebenfalls häufig angewendet, vor allem bezogen auf ihre Arbeitsweisen wie Verfremdungsprinzip, Überidentifikation, Erfindung, Camouflage, Fake und Fälschung, Subversive Affirmation, Collage und Montage, Entwendung und Umdeutung, wie das Handbuch *Kommunikationsguerilla* (2012) zusammenführt. Interventionen unterstreichen dabei besonders das Potenzial von Street Art, den urbanen Raum zu verändern und dabei z. B. Brachflächen oder ästhetische und bauliche Probleme sichtbar

³¹ Svasek (2007), *Anthropology, Art and Cultural Production*, S. 88.

³² Julia Voss, „Die Zähne des Drachen. In Brasilien gilt Street Art als politische Kunst“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 06.09.2013, S. 41.

³³ Ebd.

³⁴ Vgl. Doreen Hartmann/Inga Lemke/Jessica Nitsche, *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012; Borries/Wegner/Wenzel (2012), *Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum*, S. 95-104; Klanten (2010), *Urban Interventions*.

zu machen. Die eindrucksvollsten Beispiele für politische Interventionen sind Banksys ‚ungenehmigte‘ Ausstellungen seiner Werke in den Museen, im Londoner Zoo, an der palästinensischen Mauer oder in Disneyland. Der amerikanische Street Art-Künstler Brad Downey arbeitet häufig mit Verkehrsschildern oder Mobiliar des öffentlichen Raums, stellt eine Bank auf drei Meter hohe Beine oder löst Fahrbahnmarkierungen in Muster auf. Downey fügt menschliche Puppen hinzu, die mit ihren Gesten und Haltungen soziales Verhalten evozieren, Slinkachu zoomt Stadtbewohner klein, Evol lässt ein mal ein Meter große graue Stromkästen wie Ostberliner Plattenbauten aussehen. Neben diesen prominenten Beispielen kann man Street Art-Werke generell als interventionistische Kunst bezeichnen, wie es Nora Schmidt tut. 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.“³⁵ 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: „An die Stelle der erwartbaren Überraschung durch Kunst setzt sie die unerwartete Überraschung mit Kunst.“³⁶ Was auch der Kunstbetrieb selbst erkannt hat und was zur Mode der urbanen Interventionen führte: „Der Begriff der urbanen Interventionen ist in den letzten Jahren zu einem Modewort geworden [...] Im Kunstfeld und im Aktivismus kann man mittlerweile von einem beinahe inflationären Gebrauch sprechen“³⁷, schreiben Friedrich von Borries, Friederike Wegner und Anna-Lena Wenzel 2012. Und tatsächlich gibt es Texte, die sich mit den historischen Vorläufern heutiger urbaner Interventionskunst³⁸ oder mit der Analyse von Projekten beschäftigen³⁹. Ihre Perspektive erfolgt meist aus den folgenden Fragen: Welche historischen Vorläufer gab es? Welche historische Einordnung und Wertigkeit folgt daraus? Wer darf partizipieren? Welche neue Öffentlichkeit entsteht? Den meisten sozialwissenschaftlichen Kritiken hingegen geht es um die Kommerzialisierung, den „Verlust der subversiven Kraft und künstlerischen Integrität“⁴⁰. Doch urbane Interventionen existieren institutionalisiert im Rahmen stadtplanerischer Prozesse, künstlerischer Projekte oder eben individualisiert, wie in der Street Art.

³⁵ Schmidt (2009), *Das Trottoir als Galerie*, S. 130.

³⁶ Kranz/Schmidt (2010), Aus dem Rahmen gefallen, S. 157.

³⁷ Borries/Wegner/Wenzel (2012), Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum, S. 95.

³⁸ Vgl. Uwe Lewitzky, *Kunst für alle? Kunst im öffentlichen Raum zwischen Partizipation, Intervention und Neuer Urbanität*, Bielefeld, 2005; Borries/Wegner/Wenzel (2012), Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum.

³⁹ Lewitzky (2005), *Kunst für alle?*

⁴⁰ Borries/Wegner/Wenzel (2012), Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum, S. 102.

Die Umbenennung von Street Art in urbane Interventionen wagt ein für die Entwicklung des Phänomens Street Art wichtiges Buch des Gestalten Verlages, welches 2009 erschienen ist: *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*. Im Werbetext heißt es:

Evolving from graffiti and street art, urban interventions are the next generation of artwork to hit public space. Using any and all of the components that make up urban and rural landscapes, these mostly spatial interventions bring art to the masses. They turn the street into a studio, laboratory, club, and gallery. Modified traffic signs, swings at bus stops, and images created out of sand or snow challenge us to rediscover our environment and interact with it in new ways. The work is an intelligent and critical commentary on the planning, use, and commercialization of public space. [...] The book shows the growing connections and interplay of this scene with art, architecture, performance, and installation.⁴¹

Die Beschreibung macht deutlich, dass es sich um eine Umbenennung der Formen von Street Art handelt. Allerdings sind die Ziele dieser angeblich neuen Generation höher gesteckt, wie Lucas Feireiss in der Einleitung schreibt:

By overcoming the confines of the *prevailing passive experience* of the city in order to explore their hidden potentials, it opens up the prospect of exposing *new semantic levels* in urban spaces and *new ways of reading the city*.
By *actualizing the possibilities of our built environment*, the protagonists of these informal artistic practices are actively engaged in a *continual refreshing of the urban perspective*, thus providing *alternative and valid critical insights on the understanding of the city today*.⁴²

Erforschen und Aneignen sind die Ziele der ästhetischen Praktiken im öffentlichen Raum: subversiv Regeln brechen und Raum erobern. Für Alain Bieber sind urbane Interventionen gar als „temporäre autonome Zonen“⁴³ politisch:

In this context, the boundaries between political and revolutionary subversion and avant-garde artistic subversion are fluid. Forms of political protest also seem to be moving closer to art. The subversive techniques of situationist de-purposing strategies also inspired the German Spassguerilla and Kommunikationsguerilla movements. Today, political activists are still among those creating modern interventions in urban space.⁴⁴

Street Art bietet sich in besonders starkem Maße für Ideologisierung an: Rebellion, Intervention und Widerstand entstehen als Aufladungen in der Abgrenzung zu den anderen Bildern auf der Straße und im Gleichnis *Street as Canvas* gegenüber der Kunst in Galerien und institutionalisierten Kunsträumen. Sie schließt als Kunstform an viele Projekte von KünstlerInnen im öf-

⁴¹ Gestalten verlag, online unter: <http://shop.gestalten.com/urban-interventions-703.html>, zuletzt aufgerufen am 23.11.2013.

⁴² Lukas Feireiss, „Introduction“, in: Robert Klanten (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010, S. 2-3: 3 [Herv. H. D.].

⁴³ Alain Bieber, „Introduction“, in: Robert Klanten (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010, S. 4-5: 4.

⁴⁴ Ebd., S. 5.

fentlichen Raum an, fragt dabei sowohl nach den Räumen für Kunst als auch nach dem Einfluss von KünstlerInnen auf Städte und Politik. Sie belebt verlorne geglaubte Konzepte wie Authentizität und Autonomie in der Kunst. Street Art- oder Urban Art-Werke werden von Akteuren der Street Art-Welt gern konservativ inszeniert: ehrlich, authentisch, handgemacht, einzigartig und in situ. Dieses Image dreht einerseits die Zeit von Digitalisierung und Massenproduktion zurück, während andererseits die Werke in der Realität oft in Serie fabriziert sind. Begeistert zeigte sich Alain Bieber noch 2006 über das Potenzial von Freiheit und Radikalität, welches sich durch Street Art auf der Straße entfalten kann. Er beschreibt auch, wie Street Art auf der Straße im Gegensatz zur Galerie oder dem Museum wirkt:

Doch Street Art ohne Straße ist wie Latte Macchiato ohne Milch. Wenn sie von ihren Wurzeln getrennt wird, welkt sie schnell und fängt an zu stinken. Werke, die auf der Straße wirken, weil sie einen Moment der Überraschung provozieren, weil sie in den Stadtraum intervenieren und mit Symbolen spielen, werden in der Galerie wieder zum Dekor. Der Raum klaut ihnen die Pointe und ruft in Versalien: KUNST!⁴⁵

Durch die Bezeichnung urbane Intervention ist Street Art ein wenig mehr autorisiert an den Kunstbetrieb gerückt. Es könnte zu einer gefährlichen Umarmung kommen, wie Sabine Fabo eine häufige Funktionsweise von Interventionen beschreibt. Sie zeigt, dass bei künstlerischen Interventionen komplexe Wechselwirkungen entstehen, die anfänglich klare Positionierungen verwischen.⁴⁶ Die Entautomatisierung des Sehens im öffentlichen Raum in Form urbaner Interventionen zu legalisieren, könnte sehr schnell in eine Automatisierung der Kunstformen führen und zu vorhersehbarer Kunst im öffentlichen Raum.

Ephemere Entautomatisierung

Im Oktober 2013 bringt Banksy jeden Tag ein neues Werk auf die Straßen New Yorks. Diese Aktion seiner „Artist Residency in the Streets of New York“ steht unter dem Motiv „I know street art can feel increasingly like the marketing wing of an art career, so I wanted to make some art without the price tag attached.“⁴⁷ Eine Installation ist dabei besonders von Interesse für das Potenzial von Entautomatisierungen durch Kunst: Banksy lässt an einem

⁴⁵ Alain Bieber, „Was kommt? Was geht? Was bleibt? Es lebe die Straße!“, in: *Artnet.de* vom 25.12.2006, online unter: <http://www.artnet.de/magazine/was-kommt-was-geht-was-bleibt-2/>, zuletzt aufgerufen am 11.12.2013.

⁴⁶ Vgl. Sabine Fabo, „Gefährliche Liebschaften. Kunst zwischen Widerstand und Umarmung“, in: Doreen Hartmann/Inga Lemke/Jessica Nitsche (Hg.), *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012, S. 173-189.

⁴⁷ BBC News, „Banksy Stall Sells Artwork for \$ 60 in New York“, in: *BBC Online*, <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-24518315>, zuletzt aufgerufen am 14.10.2013.

Stand am Central Park signierte Leinwände mit seinen bekanntesten Motiven für 60 Dollar verkaufen. Einige der Werke hätten auf dem Kunstmarkt einen Preis von ca. 20.000 Euro. An diesem Tag verkauft er am Stand jedoch nur 8 Leinwände.

Die automatisierte Wahrnehmung von Bildern und Objekten als Kunstobjekte wird also durch den Raum ihrer Präsentation bedingt. Seit der Mitte des 20. Jahrhunderts sind Kunstbetrachter vor allem an den White Cube gewöhnt. Die räumliche Anordnung einer Galerie oder eines Museums lässt uns wissen, dass die Kunst einen Sinn und einen Wert hat.⁴⁸ Wiederholte Graffitis, Sticker oder auch Poster im öffentlichen Raum wiederum bilden eine ästhetische urbane Collage, die mit anderen Assoziationen besetzt ist. Auch hier tritt eine automatisierte Wahrnehmung in Kraft, die uns diese Bilder im öffentlichen Raum erst übersehen lässt. Street Art lässt nun im ersten Schritt diese beiden automatisierten Wahrnehmungsmuster zusammenbrechen – sie ist zerstörbare illegitime Kunst im Stadtraum.

Dafür muss die eingeübte soziale Umgangsweise mit Kunst erweitert werden und auch Wahrnehmung von Werken an einem anderen Ort mit anderen Regeln geschehen (man kann an das Werk treten, es abreißen und mitnehmen oder beispielsweise ‚darübermalen‘). Im zweiten Schritt jedoch wurde Street Art sehr schnell wieder in den Innenraum zurückgeholt. Muster des Besitzwollens greifen und führen zur Umformung in ein konsumierbares Produkt. Der Automatismus der gewohnten Wahrnehmung lässt ein Stencil als Druck im Rahmen über dem Sofa zweifellos als konventionelle Kunst erscheinen.

Ich plädiere deshalb dafür, nur den Moment im öffentlichen Raum, die Überraschung etwas ‚Ungewöhnliches‘, gesehen zu haben, als eine Situation der Entautomatisierung zu beschreiben. Ein Moment, in dem ungeübte und verbotene Praktiken möglich werden. Der Stadtraum wird sowohl von BetrachterInnen also auch von den KünstlerInnen als etwas Gestaltbares erfahren, als angeeigneter öffentlicher Raum der Kommunikation. Dieses Prinzip wird wirksam in Kunstwerken, die mit dem Begriff der urbanen Interventionen bezeichnet werden.

Literatur

Alonzo, Pedro, *Spank the Monkey. On the Occasion of the Exhibition Spank the Monkey at Baltic, Centre for Contemporary Art Gateshead, from 27 September, 2006 to 7 January 2006*, Berlin, 2006.

⁴⁸ Siehe dazu z. B. Paul Gough, *Banksy. The Bristol Legacy*, Bristol, 2012.

- BBC News, „Banksy Stall Sells Artwork for \$ 60 in New York“, in: *BBC Online*, <http://www.bbc.co.uk/news/entertainment-arts-24518315>, zuletzt aufgerufen am 14.10.2013.
- Banksy, *Banksy: Wall and Piece*, London, 2006.
- Becker, Howard, *Art Worlds*, Berkeley, Los Angeles, CA, London, 1982.
- Bieber, Alain, „Was kommt? Was geht? Was bleibt? Es lebe die Straße!“, in: *Artnet.de* vom 25.12.2006, online unter: <http://www.artnet.de/magazine/was-kommt-was-geht-was-bleibt-2/>, zuletzt aufgerufen am 11.12.2013.
- Ders., „Introduction“, in: Robert Klanten (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010, S. 4-5.
- Blissett, Luther/Brünzels, Sonja, *Handbuch der Kommunikationsguerilla. Jetzt helfe ich mir selbst*, Hamburg, 1997.
- Bonnet, Anne Marie, *Kunst der Moderne – Kunst der Gegenwart. Herausforderung und Chance*, Köln, 2004.
- Borries, Friedrich von/Wegner, Friederike/Wenzel, Anna-Lena, „Ästhetische und politische Interventionen im öffentlichen Raum“, in: Doreen Hartmann/Inga Lemke/Jessica Nitsche (Hg.), *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012, S. 95-104.
- Cockcroft, Eva/Weber, John/Cockcroft, Jim, *Toward a People's Art. The Contemporary Mural Movement*, New York, NY, 1977.
- Danto, Arthur, *Die Verklärung des Gewöhnlichen: Eine Philosophie der Kunst*, Frankfurt/M., 1991.
- Derwanz, Heike, *Street Art-Karrieren. Neue Wege in den Kunst- und Designmarkt*, Bielefeld, 2013.
- Dickens, Luke, „'Finders Keepers'. Performing the Street, the Gallery and the Spaces In-between“, in: *Illuminalities. A Journal of Performance Studie* 4, 1 (2008), S. 1-30.
- Fabo, Sabine, „Gefährliche Liebschaften. Kunst zwischen Widerstand und Umarmung“, in: Doreen Hartmann/Inga Lemke/Jessica Nitsche (Hg.), *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012, S. 173-189.
- Feireiss, Lukas, „Introduction“, in: Robert Klanten (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010, S. 2-3.
- Gombrich, Ernst H., *Kunst und Illusion. Zur Psychologie der bildlichen Darstellung*, Berlin, 2002 [1967, engl. OA 1959].
- Gough, Paul, *Banksy. The Bristol Legacy*, Bristol, 2012.
- Graw, Isabelle, „Im Griff des Marktes? Über die relative Heteronomie von Kunst, Kunstwelt und Kunstkritik“, in: Sighard Neckel (Hg.), *Kapitalistischer Realismus. Von der Kunstaktion zur Gesellschaftskritik*, Frankfurt/M., 2010, S. 73-89.
- Hartmann, Doreen/Lemke, Inga/Nitsche, Jessica (Hg.), *Interventionen. Grenzüberschreitungen in Ästhetik, Politik und Ökonomie*, München, 2012.
- Klanten, Robert (Hg.), *Urban Interventions. Personal Projects in Public Spaces*, Berlin, 2010.
- Kranz, Olaf/Schmidt, Nora, „Aus dem Rahmen gefallen. Über das Fungieren von Street Art und anderen Kunstwerken dies- und jenseits des Kunstbetriebes“, in: *Soziale Systeme* 16, 1 (2010), S. 150-176.
- Lewitzky, Uwe, *Kunst für alle? Kunst im öffentlichen Raum zwischen Partizipation, Intervention und Neuer Urbanität*, Bielefeld, 2005.
- Schmidt, Nora, *Das Trottoir als Galerie. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie der Street Art*, Hamburg, 2009.

- Schwanhäußer, Anja, *Kosmonauten des Underground. Ethnografie einer Berliner Szene* (Interdisziplinäre Stadtforschung), Frankfurt/M. (u. a.), 2010.
- Schwartzman, Allan, *Street Art*, New York, NY, 1985.
- Sommer, Robert, *Street Art*, New York, NY, 1975.
- Stahl, Johannes, *Street Art*, Potsdam, 2009.
- Svasek, Maruska, *Anthropology, Art and Cultural Production*, London, 2007.
- Voss, Julia, „Die Zähne des Drachen. In Brasilien gilt Street Art als politische Kunst“, in: *Frankfurter Allgemeine Zeitung* vom 06.09.2013, S. 41.
- Wulffen, Thomas, „Betriebssystem Kunst. Eine Retrospektive“, in: *Kunstforum International* (1994), S. 125.