

Street-Art in Hamburg-Ottensen: das subversive Potenzial einer Stadt

Goller, Juliane; Robel, Leila; Urheu, Ninva

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Goller, J., Robel, L., & Urheu, N. (2015). Street-Art in Hamburg-Ottensen: das subversive Potenzial einer Stadt. *Hamburger Journal für Kulturanthropologie*, 2, 51-58. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:gbv:18-8-8385>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

STREET-ART IN HAMBURG-OTTENSEN – DAS SUBVERSIVE POTENZIAL EINER STADT

Juliane Goller, Leila Robel, Ninva Urheu

Street-Art als Aneignungs- und Ausdruckspraxis im öffentlichen Stadtraum

Hamburg-Altonas Geschichte ist geprägt von Wandel und Gegensätzen: In diesem Bezirk treffen einige von Hamburgs reichsten Stadtteilen, so zum Beispiel Othmarschen, und einige der einkommensschwächsten, so wie Lurup, aufeinander. Stadtteile wie Ottensen sind seit den 1980er Jahren von der sogenannten Gentrifizierung besonders betroffen.¹ Vielleicht gerade deshalb steht dieser Stadtteil in der Wahrnehmung vieler Hamburger_innen als ein Ort des Widerstandes gegen Neubebauungen als reine Investorenprojekte und gegen politische Autorität ohne genügend Partizipation und Transparenz. Im Stadtbild zeigt sich dieser Widerstand oftmals darin, dass Baustellen oder künstlerische Werke vor öffentlichen Gebäuden prompt mit Sprühdosen bemalt und somit subversiv verändert werden.



Abb. 1: Gebäude in der Ottenser Marktstraße: Präsenzmarkierung während einer Neubebauung. Foto: Maximilian Burkhardt, Ninva Urheu.

1 Vgl. Wikipedia (2014): Bezirk Altona. Hrsg. von Wikipedia. Online verfügbar unter: www.wikipedia.org/wiki/Bezirk_Altona#Nach_1945 (Stand: 8. Dezember 2014).

Mitglieder einer urbanen Zivilgesellschaft greifen also aktiv in die ›Bildproduktion‹ einer Stadt ein, bestimmen mit, welche Bilder über die Stadt kursieren, und überlassen den öffentlichen Bilddiskurs nicht widerstandslos politischen und anderen sozialen Eliten, etwa dem Senat, Investor_innen oder Medienprofis.

Street-Art im Spannungsfeld von Underground und Kommerz

Demgegenüber stehen unternehmerische Akteure, beispielsweise eben jene Investor_innen, die sich diese Formen der Subversion nun wiederum aneignen und Street-Art als Kunstform im urbanen Raum kommerzialisieren und sich selbst zunutze machen. Am Beispiel der Street-Art im Hamburger Stadtteil Ottensen kann anschaulich nachvollzogen werden, wie im urbanen Raum durch und mit dieser künstlerischen Ausdrucksform Underground und Kommerz aufeinandertreffen, sich wechselseitig beeinflussen und das Stadtbild prägen: Mal unkontrolliert und illegal als Mittel zur gestalterischen Vereinnahmung von öffentlichem Raum, mal geplant und arrangiert als Werbefassade oder Ähnliches. Für die Stadtsoziologin Martina Löw ist das eine Form der »Bildpolitik«² im öffentlichen Raum, die »als Strategie im Konkurrenzkampf der Städte«³, definiert werden kann und von den verschiedenen Akteur_innen gleichermaßen eigensinnig und zu eigenen Zwecken genutzt wird. Die Bebauung einer Stadt bzw. Maßnahmen der ›Verschönerung‹ sind immer von Machtstrukturen durchwirkt. Viele Anwohner_innen haben den Eindruck, an der Planung und Umsetzung von öffentlichen Bauprojekten in ihrem Stadtteil nicht genügend partizipieren zu können. Street-Art kann als ein Ausdrucksmittel gesehen werden, mit dessen Hilfe diese Ausschlussmechanismen sichtbar, konterkariert, ausgehebelt und/oder kompensiert werden: Ein Teil der Zivilgesellschaft holt sich ihr Recht auf Einflussnahme bzw. Meinungsäußerung bei der Gestaltung des Stadtbildes zurück. Dies wird umgesetzt in Form von politischen Aussagen, insbesondere aber auch durch die konkrete Sichtbarmachung bestimmter Vorstellungen von Ästhetik bzw. Schönheit durch künstlerische Ausdruckspraktiken auf der Straße.

Street-Art als Ausdruck umkämpften öffentlichen Raums?

Betrachtet man Street-Art als künstlerische Praxis und Ausdrucksform des Widerstands, wird der betreffende Raum ein umkämpfter. Der sogenannte zivile Ungehorsam, welcher sich auch als »Teilhabe und Beteiligung von Bürgerinnen und Bürgern an politischen Willensbildungs- und Entscheidungsprozessen (politische Partizipation)«⁴ definieren lässt, setzt in unserem Fallbeispiel ein Zeichen gegen Gentrifizierung im Bezirk Altona bzw. im Stadtteil Ottensen und plädiert für ein Geltungs- und politisch-bürgerliches Existenzrecht der dort lebenden Menschen. Dabei können Grenzen unterlaufen oder überschritten und Regeln umgedeutet werden. Privateigentum und Werbebotschaften werden unter Umständen zweckentfremdet, um eigene Botschaften zu visualisieren und zu vermitteln.

2 Martina Löw: Soziologie der Städte. Frankfurt a. M. 2012, S. 140.

3 Ebd., S. 141.

4 O. Verf.: Politische Partizipation. URL: www.wikipedia.org/wiki/Politische_Partizipation (Stand: 5.11.2014).



Abb. 2: In Ottensen in der Straße ›Am Felde 16‹: »Bitte keine Fahrräder befestigen«. Regelumdeutung und Grenzüberschreitung – kleines Beispiel des alltäglichen, »zivilen Ungehorsams«. Foto: Maximilian Burkhardt, Ninva Urheu.

Widerstand lässt sich auf mehreren Ebenen interpretieren und ausdrücken: in Form eines farbenfrohen Graffitis oder als politisches Statement. Street-Art kann als eine Art Gegenkultur zur Hegemonialmacht (in Anlehnung an die Einteilung in Proletariat und Bourgeoisie) verstanden werden, durch welche Subversion, also eine »meist im Verborgenen betriebene[n], auf die Untergrabung, den Umsturz der bestehenden staatlichen Ordnung zielende[n] Tätigkeit«⁵ auf künstlerische Weise betrieben wird. »Diese Opposition (gegen die Autorität und Ausschluß des Konformisten) geht einher mit einer scheinbaren Umkehrung der üblichen Werte, wie sie von der Autorität vertreten werden.«⁶ Street-Art ist wandelbar und mehrdeutig: Sie kann mal als Sinnbild für Demokratie und eine kritische Gegenöffentlichkeit stehen, genauso kann sie aber auch Ausdrucksmittel verschiedener Gruppierungen sein, die »um der Schönheit willen« um die Deutungshoheit von Kunst und Ästhetik konkurrieren. Die Frage nach dem ästhetischen Anspruch ist immer mit der Frage der künstlerischen Freiheit verknüpft.

5 Duden 2014: Subversion. URL: www.duden.de/rechtschreibung/Subversion (Stand: 13. November 2014).

6 Paul Willis: Spaß am Widerstand. Gegenkultur in der Arbeiterschule. Frankfurt a. M. 1979, S. 24 f.

Im Zusammenhang mit Street-Art können auch subtile Verbreitung und durchdachte Platzierungen Aufmerksamkeit im urbanen Raum erregen. Ein Beispiel einer solchen subtilen Verbreitungspraxis ist beispielsweise das Tagging⁷ des kürzlich verstorbenen Hamburger Künstlers OZ. Der Begriff des Taggens kommt aus dem Englischen und bedeutet ursprünglich »mit einem Anhänger, Schild o. Ä. versehen«. Manche deuten solche Schriftzüge als kreativen Widerstand, andere als bloße »Kritzelei« oder gar als Vandalismus. Eine durchdachte Platzierung ist das Graffiti »F*** THE SYSTEM« auf einer schwarzen Mauer vor dem Altonaer Rathaus auf dem Platz der Republik.



Abb. 3: ›Platz der Republik‹ in Hamburg-Altona: Subversion kommt von unten und ist manchmal erst auf den zweiten Blick sichtbar. Foto: Maximilian Burkhardt, Ninva Urheu.

Definiert man die Anbringung dieses Schriftzugs und die damit einhergehende Aussage als politische Handlung, gibt es hierfür kaum einen symbolträchtigeren Ort als den gewählten.

⁷ Vgl. Duden 2014: „taggen/tagging, englisch to tag, eigentlich = mit einem Anhänger, Schild o. Ä. versehen“. URL: www.duden.de/rechtschreibung/taggen (Stand: 13.11.2014).



Abb. 4: Im ›Piependreierweg‹ in Hamburg-Ottensen: kommerzielle Aneignung der Subversion. Foto: Juliane Goller.

Kommerzialisierung von Street-Art

Doch Street-Art darf nicht nur im Kontext von Subversion und Widerstand analysiert werden, denn es zeigt sich, dass Street-Art durchaus eine kommerzielle Ausrichtung hat. Mit Street-Art verknüpfen sich Attribute wie Kreativität, Autonomie und urbane Coolness.⁸ Genau diese Werte spielen auch in der Werbeindustrie eine entscheidende Rolle.

Das Aufgreifen subkultureller Praktiken wie Street-Art in Marketingstrategien lässt sich mit dem Begriff des ›Trends‹ erklären, wie die Kulturwissenschaftlerin Julia Reinecke feststellt. Damit Trends entstehen und als solche wahrgenommen werden, müssen sie symbolisch verdichtet und inszeniert werden, jedoch dabei genügend offen für weitere ›Aufladung‹ bleiben. Das bedeutet, Trends werden nicht einfach von einzelnen Individuen erfunden, sondern sie müssen von Kollektiven gemeinsam getragen und ausgebaut werden: Eines dieser Kollektive wird zu Vorreitern – in unserem Fall die Street-Art-Künstler_innen –, indem sie beginnen, mit einem spezifischen Trend zu experimentieren und diesen zu inszenieren. Es folgen weitere Gruppen, die diesen Trend kopieren und damit verdichten, sodass schließlich auch Firmen und Medien den Trend als solchen erkennen, aufgreifen und für Marketingzwecke nutzen und damit verstärken und verbreiten.⁹ Der ›Trend‹ wird nun zu einem Mittel, um Konsumgüter als etwas zu inszenieren, durch das man sich von anderen abheben kann. Die mit Street-Art verknüpften Attribute wie Kreativität und Autonomie werden mit

8 Vgl. Julia Reinecke: Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz. Bielefeld 2007, S. 162.

9 Vgl. ebd., S. 163.

solchen wie der Individualität bewusst verknüpft, um so für Konsumprodukte ein bestimmtes ›Image‹ zu kreieren und marktgängig zu machen.¹⁰ Auch Widerstand kann also ›Trend‹ werden – und bestimmte Produkte für Kund_innen können symbolisch als rebellischer Akt inszeniert und konsumierbar werden.¹¹ Dies funktioniert etwa mit Produkten, die mit Street-Art-ähnlichen Bildern und Logos beworben werden. Street-Art gelangt von der Straße ins Schaufenster.



Abb. 5: Der Titus-Shop in der Ottenser Hauptstraße 56: Aufwertung von Quartieren durch Kunst.
Foto: Maximilian Burkhardt, Ninva Urheu.

10 Vgl. ebd., S. 164.

11 Vgl. ebd., S. 163.

Abb. 6: ›Am Felde 18‹ in Ottensen: Kunst sucht sich ihre Wege – Widerstand gelangt auf die Dächer Altonas.
Foto: Maximilian Burkhardt, Ninva Urheu.



Gentrifizierung durch Street-Art

Werte wie Diversität und Kreativität sind im neoliberalen Kapitalismus, der sich unter anderem durch das Konkurrenzverhältnis der Subjekte untereinander auszeichnet, unverzichtbar. Das System des neoliberalen Kapitalismus, welches in seinen ökonomischen Selektionsprozessen eine Großzahl der Menschen ›unsichtbar‹ werden lässt, ist von Mechanismen geprägt, die auch das Stadtbild beeinflussen können. Ein aktuelles Beispiel ist der Abriss der sogenannten ›Esso-Häuser‹ im Hamburger Stadtteil St. Pauli. Diese wurden aufgrund einer angestrebten, profitableren Neubebauung des Geländes zwangsweise geräumt und abgerissen; was dazu führt, dass ehemalige Bewohner_innen der ›Esso-Häuser‹ wahrscheinlich dauerhaft aus dem Stadtviertel und damit ihrer bisherigen Lebenswelt verdrängt werden, wenn sie keinen adäquaten, günstigen Wohnraum mehr finden können. Verdrängungsprozesse, wie z. B. eine solche Gentrifizierung, werden in vielen politischen Graffiti und Street-Art-Bildern kritisiert. Allerdings wird diese Praktik des Widerstands vom System selbst vereinnahmt: ein Akt, der die Kritik am System erschwert. Gerade die Subkulturen, die sich besonders heftig gegen ihre Vereinnahmung als kommerzielle ›Trendsetter‹ widersetzen, sind für Firmen oft die interessantesten: Diese subkulturellen Milieus versprechen den höchsten Grad an Individualisierung durch Diversität, der den Konsument_innen verkauft werden kann.¹² Dieses Paradoxon

12 Vgl. ebd., S. 165.

lässt sich am Beispiel des britischen Street-Art-Künstlers Banksy nachvollziehen. Dieser ist bekannt für seine gesellschaftskritischen Bilder. Er erhielt einen Brief von einem Bewohner eines Stadtviertels, in dem er zuvor einige seiner Bilder verbreitet hatte:

»I'm writing you to ask you to stop painting your things where we live. My brother and me were born here and have lived here all our lives but these days so many yuppies and students are moving here neither of us can afford to buy a house where we grew up anymore. Your graffitis are undoubtable part of what makes these wankers think our area is cool.«¹³

Street-Art wertet einen Stadtteil immer auch auf: Das Image von Kreativität und urbaner ›Coolness‹ ist für stadtpolitische Interessen von Bedeutung. Dies zeigt sich wiederum juristisch: Street-Art, das heißt das Kleben von Stickern oder Nutzen von Stencils und Schablonen, steht kaum noch unter Strafverfolgung. Anders als Graffiti, das oftmals noch als Vandalismus geahndet wird, scheint Street-Art im Stadtbild willkommen.

Folglich steht Street-Art selbst in einem Spannungsverhältnis zwischen Widerstand, Vereinnahmung und Repression. Diese Spannungsfelder bieten aber auch Freiräume, in denen Bedeutungen und Nutzungsstrategien immer wieder neu ausgehandelt werden. An unseren Beispielen aus dem Bezirk Altona bzw. dem Stadtteil Ottensen hat sich gezeigt, dass Street-Art ein Instrument ist, das eine Interventionsmöglichkeit im urbanen öffentlichen Raum darstellt und das Stadtbild stark prägen kann.



Juliane Goller
c/o Institut für Volkskunde/
Kulturanthropologie
Universität Hamburg
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)
20146 Hamburg



Leila Robel
c/o Institut für Volkskunde/
Kulturanthropologie
Universität Hamburg
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)
20146 Hamburg



Ninva Urheu
c/o Institut für Volkskunde/Kulturanthropologie
Universität Hamburg
Edmund-Siemers-Allee 1 (West)
20146 Hamburg
ninva1994@hotmail.de

13 Banksy: Wall and Piece. London 2005, S. 20.