

# GRAFFITI KONGRESS

GRAFFITI LOBBY BERLIN

10. Mai 2014  
Friedrich-Ebert-Stiftung

(Auszug aus der vorliegenden Broschüre)

## VORWORT

Selten hat ein „Werkzeug“ für soviel Diskussionsstoff gesorgt wie die Sprühdose. Die Entwicklung vom Faustkeil zum Hammer nehmen wir als Fortschritt wahr. Niemand bestreitet den Vorteil eines Traktors gegenüber dem Ochsen. Und in der Kunst ? Hier haben Künstler die Vorteile der Sprühdose gegenüber dem Pinsel für sich entdeckt. Eigentlich eine ganz normale Entwicklung im Zeitalter rasanten technischen Fortschritts.

Wären da nicht schon unsere Vorfahren, die sich im Jungpaläolithikum strafbar gemacht haben, als sie ohne behördliche Genehmigung die Höhlen von Lascaux „beschierten“. Pablo Picasso soll 1940 nach Besichtigung der Höhlen gesagt haben: „Wir haben nichts Neues gelernt“.

Nein, haben wir nicht. Sich künstlerisch auszudrücken und sein Umfeld mitzugestalten unterscheidet den Menschen vom Ochsen.

„Die einzig revolutionäre Kraft ist die Kraft der menschlichen Kreativität. Die einzig revolutionäre Kraft ist die Kunst“ (Joseph Beuys).

Und so bringt jede Epoche künstlerisch ihre Eigenheiten, Stile und Ausdrucksformen hervor. Manche schätzen und pflegen wir, mit anderen haben wir ein Problem. Kunst ist eben auch immer Geschmackssache.

Problematisch ist heute, dass sich der Mensch überall breitgemacht hat. Im Glauben an die maximale Wertschöpfung von Böden und Gütern hat er quasi jeden Quadratmeter des Planeten der Verwertung unterworfen. Man muß somit immer bei einem Eigentümer an die Pforte klopfen und fragen, ob man sein Kunstwerk im öffentlichen oder privaten Raum allen zugänglich machen darf. Die Höhlen von heute – nennen wir sie Freiräume - sind rar geworden.

In Berlin gibt es tausende Graffiti-Sprüher, darunter auch viele Künstler. Urbane Kulturen ziehen Jahr für Jahr mehr Besucher in die Stadt. Ein wichtiger Wirtschaftsfaktor. Viele Kreative verdienen sich ihren Lebensunterhalt mit Graffiti-Auftragsarbeiten, Street Art Touren oder Workshops. Die Industrie bedient sich gern der Codes dieser Kultur und verzeichnet gigantische Umsätze.

Für junge Menschen ist Graffiti eine kulturelle Äußerungsform, mit der sie sich identifizieren. Schon weil sie von den Erwachsenen oft nicht verstanden wird. Der Rock`n`Roll unserer Zeit. Sozialarbeiter haben das verstanden, die Schulen stehen da noch am Anfang. Graffiti hat für die kulturelle Bildung ein enormes Potenzial. Ein Schatz den es zu heben gilt.

In Berlin hat sich 2012 die Graffiti Lobby gefunden, um u.a. für legale Graffiti-Flächen in allen Bezirken zu werben und die berechtigten Interessen der Bewohner der Stadt in die Waagschale zu legen. Mitbestimmung und Beteiligung sind große Worte, die gern zitiert werden. Fangen wir doch mal damit an.

Nicht jeder, der einen Führerschein macht, hält sich an die Verkehrsregeln. Aber niemand wird auf den Gedanken kommen das Autofahren zu verbieten, weil einige sich nicht an die Regeln halten.

In einer demokratischen Gesellschaft muß es möglich sein, die Interessen aller zu berücksichtigen und in Einklang zu bringen. Das ist nicht nur, aber eben auch die Aufgabe von Politik.

Wir danken der Friedrich Ebert Stiftung in Berlin für die Unterstützung des ersten Graffiti-Kongresses 2014, mit Künstlern, Politikern, Unternehmern, Verkehrsbetrieben, Eigentümern, Sozialarbeitern und vielen weiteren Fachleuten und Interessierten ins Gespräch zu kommen.

Graffiti Lobby Berlin

## DER GRAFFITI KONGRESS 2014

Am 10. Mai 2014 luden die Friedrich-Ebert-Stiftung und die Graffiti Lobby Berlin zum Graffiti-Kongress ins Berliner Haus ein.

### Wer ist die Graffiti Lobby

Wir schreiben bereits 30 Jahre Hip Hop Geschichte in Deutschland. Ebenso alt ist die Diskussion über Graffiti als Teil dieser Kultur. Was für die einen meist Kunst ist, ist für die anderen oft nur Sachbeschädigung. Zwischen diesem Schwarz-Weiss-Bild tummeln sich SozialarbeiterInnen, die Graffiti erfolgreich als Methode der Jugendarbeit anwenden und Unternehmen, die Graffiti zur Wertschöpfung nutzen.

Da vernichten Gesetzgeber und Exekutive mit oft unverhältnismässigen Mitteln Existenzen junger Menschen, während sich in einigen Kommunen die Beteiligten auf Strategien und Handlungsansätze einigen, mit dem Thema Graffiti konstruktiv umzugehen. Berlin, die Graffiti Hauptstadt Deutschlands, hinkt hier den aktuellen Entwicklungen hinterher. Die Fronten sind oft klar, der jeweilige Gegner ist fixiert.

Um diesen Stillstand aufzubrechen ist 2012 die Graffiti Lobby Berlin angetreten, Bewegung in die Sache zu bringen. Eine ehrenamtliche Initiative von KünstlerInnen, SozialarbeiterInnen, Unternehmen der Kreativwirtschaft, LehrerInnen u.a., die sich seit Jahren mit Graffiti beschäftigen. Entsprechend vielfältig waren die Themen, die auf dem Graffiti Kongress diskutiert wurden.

### Die 4 Themenfelder des Kongresses

1. Alternative Graffiti Politik als Teil eines demokratischen Prozesses
2. Graffiti als Instrument in der sozialen Arbeit und kulturellen Bildung
3. Gelebte Beteiligung und kooperative Stadtentwicklung
4. Graffiti als Arbeitsplatz und Magnet für Kreative

Um die Teilnehmer des Kongresses einzustimmen, gab es 6 Impulsreferate.

Zunächst gab der Soziologe **Dr. Sascha Schierz** (Universität Vechta) am Beispiel New Yorks einen Überblick, wie sich die Graffitikultur entwickelte, wahrgenommen wurde und wie die Stadt dieser mit einer „Zero Tolerance“ Politik begegnete, die weltweit kopiert wurde.

**Ellen Demnitz-Schmidt** (Spike Dresden) stellte aus ihrer über 20-jährigen Tätigkeit in Dresden Projekte vor, wie Kommune und Jugendarbeit erfolgreich in Sachen Graffiti kooperieren.

Der Dortmunder Rechtsanwalt **Dr. Patrick Gau** gab einen Einblick in den straf- und zivilrechtlichen Umgang mit jungen Graffitikünstlern, bei welchem er Augenmaß und Verhältnismäßigkeit oft nicht gewahrt sieht.

**Birgit Lang**, Konflikttrainerin in der Jugendstrafanstalt Berlin stellte ihr Graffiti-Präventionsprojekt mit jungen Strafgefangenen vor.

**Akim Walta** vom Hip Hop Stützpunkt Berlin sprach über die Bedeutung von Graffiti in der Kreativwirtschaft und für den Tourismus in Berlin und welche Bedeutung die Hip Hop Kultur für seinen eigenen Weg in die Selbstständigkeit hatte.

**Stefanie Raab** (coopolis GmbH Berlin) berichtete über ihre Erfahrungen in der kooperativen Stadtentwicklung und Zwischennutzungen am Beispiel Nord-Neuköllns, wo Anwohner, Eigentümer und Jugendliche gemeinsam u.a. Wandprojekte geplant und realisiert haben.

## **Die Experten in den 4 Panels**

### 1. Alternative Graffiti Politik als Teil eines demokratischen Prozesses

Dr. Sascha Schierz (Soziologe, Universität Vechta)  
Dr. Patrick Gau (Rechtsanwalt, Dortmund)  
Ellen Demnitz-Schmidt (Dipl. Soz.Pädagogin, Jugendprojekt Spike Dresden)  
Matthias Jung (Künstler, Archiv der Jugendkulturen)

### 2. Graffiti als Instrument in der sozialen Arbeit und kulturellen Bildung

Birgit Lang (Sozialwissenschaftlerin, Jugendstrafanstalt Berlin)  
Christiane Guse (Lehrerin Fachbereich Kunst, Diesterweg Gymnasium Berlin)  
Reno Rössel (Dipl. Soz.Pädagoge, Steinhaus Bautzen)  
Akte One (Künstler, Subpunkt Berlin)  
Andreas Weingart (Streetworker, Outreach Mobile Jugendarbeit Berlin)

### 3. Gelebte Beteiligung und kooperative Stadtentwicklung

Stefanie Raab (Architektin, coopolis GmbH Berlin)  
Stephanie Haury (Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) Bonn)  
Jurij Paderin (Künstler, Berlin)  
Jan Schmidt (Künstler, Unternehmer, 0815industries Berlin)

### 4. Graffiti als Arbeitsplatz und Magnet für Kreative

Akim Walta (Künstler, Unternehmer, FHTF u.a., Hip Hop Stützpunkt Berlin)  
Dennis Thimm (Künstler, Unternehmer, Graffitibox Shop)  
Erik Mahnkopf (Künstler, GRACO Agentur für Kommunikation)  
Robert Eysoldt (Künstler, Unternehmer, Create Berlin)

## **Die Teilnehmer des Graffiti-Kongresses**

Unter den geladenen Teilnehmern des Kongresses waren zahlreiche KünstlerInnen, LehrerInnen, Vertreter aus Unternehmen wie Deutsche Bahn und BVG, PolitikerInnen, Vertreter von Senatsverwaltungen, Museen und Kulturprojekten, Unternehmen aus der Kreativwirtschaft, die IHK, SozialarbeiterInnen und viele mehr.

Trotz unterschiedlichem Blickwinkel waren die 99 Teilnehmer bemüht, sich konstruktiv in die Diskussion einzubringen, um Handlungsansätze für die Zukunft zu entwerfen.

Insofern kann der Kongress Auftakt sein, in vielen weiteren Runden mit Beteiligten und Betroffenen Perspektiven für einen alternativen Umgang mit dem Thema Graffiti herbeizuführen.

## **Die Diskussionen in den Panels** (hier nur als Zusammenfassung)

### **1. Alternative Graffiti-Politik als Teil eines demokratischen Prozesses**

1. Es muss „seriöse“ legale Graffiti-Wände geben, z.B. mit Betreuung durch Sozialarbeiter oder Wandpaten, mit juristischer Beratung für junge Sprüher. Die Szene müsse ernst genommen werden, ohne Vorbedingungen wie „wenn legale Wand, dann kein illegales Graffiti mehr“. Die Graffiti-Szene sollte sich darum kümmern, daß auch Anfänger die Möglichkeit bekommen zu sprühen (Patenschaften).

2. Es muss eine Kombination von legalen Angeboten seitens der Stadt geben. (Aufträge, demokratisch konzipierte Projekte, legal plains). Die Westseite der Eastside-Gallery muss z.B. wieder legalisiert werden.

3. Wir brauchen einen ehrlichen Graffiti-Begriff.

Die Graffiti in der Öffentlichkeit sind zu 90 Prozent illegal. Graffiti-Aktionen, die nur dem Ziel folgen, die Wand für weiteres Graffiti zu versiegeln, können nicht funktionieren. Die Ursachen und Motive von illegalem Graffiti müssen vermittelt werden. Nur eine bessere Aufklärung darüber in Verbindung mit einem Mix an legalen Angeboten kann erfolgreich sein.

4. Das Strafrecht muss angepasst werden.

Graffiti sollte nicht länger als Straftat, sondern höchstens als Ordnungswidrigkeit geahndet werden. Die Verhältnismäßigkeit sei hier nicht gewahrt. Die zivilrechtlichen Ansprüche sind oft die eigentliche Strafe für die Sprüher und vernichten die Existenz schon in jungen Jahren.

### **2. Graffiti als Instrument in der sozialen Arbeit und kulturellen Bildung**

1. Flächen müssen legalisiert werden. Zur Zeit gibt es in Berlin nur wenige legale Wände.

2. Bestehende soziale und kulturelle Projekte müssen regelfinanziert werden und nicht Jahr für Jahr auf eine Verlängerung hoffen müssen. Auch die Frage wie Nachhaltigkeit finanziert wird, steht noch aus. Jugendarbeit ist vor allem auch Beziehungsarbeit, die langfristig ausgerichtet sein muß.

3. Graffiti als urbane Kunst braucht als Methode in der Jugend- und Bildungsarbeit für die beteiligten Akteure (Künstler, Schulen, Sozialarbeit etc.) eine sichere finanzielle Basis, um in der Qualität Bestand zu haben.

### **3. Gelebte Beteiligung und kooperative Stadtentwicklung**

1. Legale Wände für Graffiti-Sprüher !

Die Teilnehmer des Panels fordern, sich in Berlin für mehr legale Wände einzusetzen; in einer speziellen Initiative soll dabei das Interesse von Behörden (Bildung, Kultur, Jugend), der Kommunalpolitik und auch der Immobilienwirtschaft gewonnen werden. Die Graffiti Lobby könnte zudem auch in der Sprayerszene für Akzeptanz der Initiative werben.

Andere Städte haben es vorgemacht: Dresden und Potsdam z.B., Linz und Wien in Österreich, New York in den USA, Barcelona in Spanien und viele weitere Orte weltweit. Legale Wände (Legal Plains) für die Graffiti-Sprayer an Bauzäunen und Gebäuden in öffentlichem oder privatem Eigentum. Und die Ergebnisse sind positiv - viele Sprayer nutzen diese Angebote. Nach Einschätzung von Behörden und Verbänden gibt es an diesen Orten weniger illegale Sprayaktivitäten.

## 2. Imageverbesserung der Graffiti-Kunst

Es sollte eine Kampagne vorbereitet werden, in der die Bedeutung der Graffiti-Kunst für Berlin als ein innovativer Faktor der Kultur- und Medienlandschaft hervorgehoben wird. Politik, Wirtschaft, die Medien und die Kulturinstitutionen in Berlin werden aufgerufen, eine solche Kampagne zu unterstützen.

Über Graffiti wird weiterhin kontrovers diskutiert. Zunehmend werden Graffiti jedoch auch als kreative Ausdruckform der Jugendkultur und als eigenständige Kunstrichtung gesehen.

Dazu trägt bei, daß Graffiti Aufnahme in den Kunstunterricht an Berliner Schulen gefunden hat (z.B. Stechlinsee-Grundschule , Diesterweg Gymnasium) und auch „Graffiti- und Street Art-Kurse“ durch Träger der Jugendarbeit und Kultur- und Medienagenturen an Schulen in allen Berliner Stadtteilen angeboten werden. Dazu trägt auch bei, daß Berlin als „Graffiti-Hauptstadt“ Deutschlands so viele interessante Graffiti-Produktionen anbieten kann, daß es jetzt auch einen „Graffiti-Tourismus“ gibt, der mit dem Kulturangebot Graffiti werben kann. Graffiti sind in Berlin längst zu einem Teil der Kunst im öffentlichen Raum und zu einem Wirtschaftsfaktor geworden.

Barcelona, Detroit und New York haben in der internationalen Diskussion mittlerweile einen guten Ruf als „Graffiti-Städte“ – Berlin könnte eine vergleichbare Anerkennung gewinnen.

## 3. Diversität sichtbar machen und gestalten

Es wird die Beteiligung an den Veranstaltungen zum „Diversity-Tag“ und weiteren Aktionen der „Charta der Vielfalt“ angeregt und dafür ein Handlungskonzept zu erarbeiten.

Eine plurale Gesellschaft ist von Differenzen und Ungleichheiten geprägt. Der Diversitätsansatz steht dafür, Differenzen wertzuschätzen und als Ressource zu begreifen. Im Unterschied zu interkulturellen Ansätzen, die aus einer Defensive heraus für Toleranz und Anerkennung von kulturellen Unterschieden werben, argumentiert Diversity offensiv, stellt die Differenz zwischen Unterschieden in den Mittelpunkt und macht auf ihre Wechselbeziehungen aufmerksam.

Diversity-Management ist zu einem bedeutenden Instrument der Personalentwicklung in der Wirtschaft geworden. Diversity Management soll zudem gesellschaftliche Vielfalt sichtbar machen und nutzen.

Die „Charta der Vielfalt“ ist eine Unternehmensinitiative zur Förderung von Vielfalt in Unternehmen und Institutionen.

Im „Handbuch Partizipation“ des Berliner Senats wird die Bedeutung des bürgerschaftlichen Engagements und der politischen Partizipation für die Stadtentwicklung in vielen Faktoren beschrieben.

## 4. Graffiti als Arbeitsplatz und Magnet für Kreative

1. Bezahlbare Räume und Ateliers für Kreative und Existenzgründer
2. Neue Wege für eine Berufsausbildung in der Kreativwirtschaft gehen
3. Verstärkte Förderung von jungen Kreativen auf dem Weg in die Selbstständigkeit
4. Netzwerke mit anderen Kreativen bilden
5. Graffiti als Tool für Wohnumfeldverbesserung / Kunst im Stadtraum verstärkt nutzen  
(eine weiße Wand kostet in der Regel nicht weniger als eine gestaltete Wand)

## Schlusswort

Mit stolzer Brust stellt sich Berlin als Schmelztiegel der Kreativen dar. Etwa 30.000 Kleinst- und Kleinunternehmer werkeln hier, viele Künstler verdingen sich als Kreativ-Tagelöhner. Die einstige Industriestadt lockt immer mehr Kreative aus aller Welt in die Stadt mit ihrem Versprechen auf künstlerische Selbstverwirklichung. Doch Berlin setzt lieber auf Prestigeobjekte, als nachhaltig kulturelles und künstlerisches Potenzial zu nutzen und zu fördern. Gerade mal 3 Prozent vom Berliner Landeshaushalt fließen in die Kultur.

Die Luft wird dünner, bezahlbaren Raum zu finden, seit auch Investoren und Immobilienspekulanten Berlin als lukratives Pflaster entdeckt haben.

Kunst und Kultur sind flüchtige Rohstoffe. Entzieht man die Existenzgrundlagen, wandern die Kreativen weiter. Hier sollten sich die politisch Verantwortlichen der eigenen Rhetorik von der Kreativhauptstadt anpassen und endlich handeln.

Mit der Anerkennung von Graffiti als zeitgenössische künstlerische Ausdrucksform tun sich manche noch schwer. Der Graffiti-Kongress hat auf vielfältige Weise dargestellt, wie viele Bereiche der Gesellschaft mit dieser Kunstform verwoben sind, welches Potenzial in ihr steckt für Bildung, Kultur, Tourismus, Integration, Wirtschaft, Sozialarbeit und demokratische Beteiligung. Und auch – leider sehr aktuell – für ein friedliches Miteinander im „Konzert“ der Völker.

Dem gegenüber steht oft die Unverhältnismässigkeit der Mittel wenn es darum geht, Graffitisprüher zu kriminalisieren und Existenzen junger Menschen zu vernichten. Eine alternative Graffitipolitik ist möglich und nötig.

Die Mechanismen des herrschenden Wirtschaftssystems unterwerfen alles der Logik der Profitmaximierung, in deren Folge Freiräume schwinden, kreativ sein zu können. Es gibt auch in Deutschland schon Beispiele guter Kommunikation zwischen Kommunen und Graffiti-Szene hinsichtlich legaler Wände. In einigen Berliner Schulen ist Graffiti Bestandteil des Kunstunterrichts oder von Projektwochen. In der Jugendarbeit wurde das integrative Potenzial schon in den 1990ern erkannt und erfolgreich als Methode in der kulturellen und politischen Bildung angewandt. Und sicher passt es nicht überall ins gewünschte Stadtbild, aber warum müssen Mauern, Brücken und Brandwände grau oder weiß sein ?

## **Die Graffiti Lobby Berlin fordert:**

### **Legale Wände in allen Berliner Bezirken**

(umsetzen lässt sich das mit einer lokalen Wandpatenschaft eines Vereins, ansässigen Künstlers oder ähnl., zu klären wäre die Müllentsorgung)

**Schaffung eines oder mehrerer Graffitibeauftragten für Berlin** für die Bereiche Kunst, Kreativwirtschaft, Bildung, Jugend, Justiz und Tourismus

### **Ein Infrastrukturprogramm für die Berliner Kreativwirtschaft**

### **Bezahlbare Rahmenbedingungen für Kreative in Berlins Innenstadt**

**Graffiti im Schulunterricht** als Form der Wissensvermittlung und Orientierung an der Lebenswelt der Schüler

### **Schaffung und Wertschöpfung durch kulturelle Güter**

(Auftragskunst im öffentlichen Raum im Rahmen öffentlicher und privater Bauplanungen, als Teil kooperativer Stadtentwicklung)

### **Juristische Entkriminalisierung von Graffiti**

(Graffiti ist kein Verbrechen, eine Ordnungswidrigkeit ist noch keine Straftat)

### **Ein Berufsausbildungsprogramm für Kreative im Bereich Graffiti**



Wir danken der Friedrich-Ebert-Stiftung, Forum Politik und Gesellschaft, insbesondere Yvonne Lehmann, für die freundliche und tatkräftige Unterstützung unseres Graffiti Kongresses.

Unser Dank richtet sich an alle Experten, insbesondere jenen die mit einem Impulsreferat alle geladenen Gäste auf die Themen eingestimmt haben. Im einzelnen: Dr. Patrick Gau (Dortmund), Ellen Demnitz-Schmitz (Dresden), Akim Walta (Berlin), Dr. Sascha Schierz (Vechta), Birgit Lang (Berlin) und Stefanie Raab (Berlin).

Nicht zu vergessen die ModeratorInnen der 4 Panels: Harald Hahn, Jana Heinze, Benjamin Stöwe und Björn Kulp sowie die weiteren geladenen Experten für die Diskussion in den Panels.

Wir danken allen, die auf dem Markt der Möglichkeiten einen Einblick in ihre Arbeit mit Graffiti gegeben haben: Outreach Mobile Jugendarbeit (Berlin), Steinhaus (Bautzen), 0815industries (Berlin), Spike (Dresden), IBUg (Leipzig), From Here to Fame (Berlin), AkteOne (Berlin), Berlin Massive, Laurus und Gaschi (Berlin) u.a.

Und nicht zuletzt danken wir allen interessierten Gästen, die unserer Einladung gefolgt sind um mit uns ins Gespräch zu kommen.

Organisation für die Graffiti Lobby Berlin:

Jan (0815industries), Marco (Berlin Massive), Anne (Outreach), Jurij (Künstler und Begründer der Graffiti Lobby) und AkteOne (Künstler), Reno (Steinhaus Bautzen)

Organisation für die Friedrich-Ebert-Stiftung:

Yvonne Lehmann, Gabriela Glasneck und das Team von PuG

Texte in dieser Broschüre:

Anne (Outreach), Marco (Berlin Massive), Matthias (Archiv der Jugendkulturen), Jan (0815industries), Jurij (Künstler), Krishy (Künstler)

Videoaufzeichnung und Fotos: Luc Masera und Marco (Berlin Massive)

Layout: 0815industries

## **Vollständige Dokumentation Graffiti Kongress**

Das vorliegende Dokument gibt nur Auszüge aus der 18-seitigen Kongress-Dokumentation wieder. Diese liegt als gedruckte Broschüre vor und kann gegen Unkostenbeitrag von 3 EUR incl. Porto angefordert werden über

**<http://graffiti-lobby-berlin.de>**