

Spiel mit der Leere

Situationistische Stadtvision am Beispiel von Urban Art
zur partizipativen Stadtgestaltung

Fallstudie Halle (Saale)



Titelblatt: Hall of Fame in Melbourne, Housier Ln. 2010, Effektbearbeitung;
Quelle: eigene Aufnahme und Darstellung

Spiel mit der Leere

**Situationistische Stadtvision am Beispiel von Urban Art
zur partizipativen Stadtgestaltung**

Fallstudie Halle (Saale)

Diplomarbeit

**im Studiengang Raumplanung
vorgelegt von Hendryk von Busse**

**Erste Gutachterin: Dr. Nina Schuster
Zweite Gutachterin: Dipl.- Ing. Päivi Kataikko**

Halle im September 2011

Spiel mit der Leere: Situationistische Stadtvision am Beispiel von Urban Art zur partizipativen Stadtgestaltung

Inhalt

<i>Intro</i>	7
<i>Konstruktion</i>	8

I Theorie: Urban Art in der leeren Stadt

1.	Die leere Stadt – Wachsen an der Schrumpfung	11
1.1	Spielraum leere Stadt – Die experimentelle Urbanität	13
1.2	Kreative AkteurInnen – Raumpioniere	15
2.	Raumaneignung: Wer produziert die Stadt?	17
2.1	Situationistische Stadt	18
	SituationistInnen	18
	Entwicklung	18
	Situationistische Stadtideologie	19
	New Babylon	20
2.2	Situationistische Stadtkultur für schrumpfende Städte	22
2.3	Instrumentalisierte Raumaneignung: Zwischennutzung	23
	Entwicklung	23
	Instrumentalisierung	24
	Künstlerische Inszenierung von Leerstand	25
2.4	Spiel mit der Leere: Zusammenfassung	28
3.	Urban Art	30
3.1	Signatur: Graffiti in der Stadtentwicklung	31
	Entwicklung	32
	AkteurInnen	33
	Intention	33
	Stadtentwicklung	35
3.2	Entfremdung: Streetart in der Stadtentwicklung	40
	Entwicklung	41
	AkteurInnen	43
	Intention	44
	Stadtentwicklung	46
3.3	Urban Art in der Stadt: Zusammenfassung	51
4.	Anwendung: Urban Art in der leeren Stadt	52

II VISION: Stadt als Leinwand - Urban Art Festival

1.	Konstruktion	55
2.	Zukunft und Temporalität	59
3.	Effekt	59
4.	Philosophie	61
5.	Festivalisierung	61

III PRAXIS: Urban Art in der leeren Stadt – Fallstudie Halle an der Saale

1.	Die leerste Stadt: Halle an der Saale	65
2.	Forschungsmethodik	66
3.	Frame und Fokus	66
3.1	Frame	67
	Bevölkerung	67
	Urban Art in Halle	68
	Entwicklungsplanung Halle	74
	Zusammenfassung Frame	77
3.2	Fokus	79
	Leerstandsverteilung	79
	Halle Ost – Freiimfelde	80
	Freiimfelde: Mängel und Chancen	84
	Zusammenfassung Fokus	87

4.	Urban Art Festival in Halle Freiimfelde	88
4.1	Organisation	88
4.2	Vorbereitung	88
4.3	Netzwerk	89
4.4	Eigentum	90
4.5	Finanzierung	90
4.6	Ausrichtung	90
5.	Fazit	103
6.	Szenario	103
6.1	Szenario: Motor	104
6.2	Szenario: Skulptur	106

Outro 108

Anhang	110
Literatur- und Quellenverzeichnis	111
Abbildungsverzeichnis	114
Grafikverzeichnis	116
Kartenverzeichnis	117
Tabellenverzeichnis	117
Gesprächsverzeichnis	118
Danksagung und eidesstattliche Erklärung	125



Imagine a city where graffiti wasn't illegal, a city where everybody could draw wherever they liked. Where every street was awash with a million colours and little phrases. Where standing at the bus stop was never boring. A city that felt like a party where everyone was invited, not just the estate agents and barons of big business. Imagine a city like that and stop leaning against the wall – it's wet.

(Banksy 2005, S. 85)

Intro

Wem gehört die Stadt? Wer benutzt und wer gestaltet sie? In Banksys utopischer Vorstellung darf jede/r die Stadt gestalten, eine neue Freiheit städtischer Partizipation. Scheint gerade passend in Zeiten des Partizipationsdilemmas. Wenn Instrumente der öffentlichen Beteiligung wie Fragebögen oder runde Tische wenig Anklang finden und die "Anklanggefundenen" oft wenig repräsentativ für die Masse sind, wird es zunehmend schwerer, für die Mehrheit zufriedenstellende Planungen zu schaffen. Fehlende Konsensfähigkeit und sinkende Beteiligung führen zur Krise der Demokratie (vgl. Bauer 2003).

Teilen wir uns doch direkt im öffentlichen Raum mit: Ungefragt und ehrlich, direkte Demokratie. Der Streetartist Banksy hat als Ikone der Streetartbewegung dem Phänomen "Streetart" zu schnell wachsender Bekanntheit verholfen. Die Straße als Kommunikationsmedium wurde schon frühzeitig durch die Graffitibewegung symbolisiert und genutzt, doch die künstlerische Entfremdung sowie der subversive, systemkritische Stil von Banksys Schablonengraffiti und Rauminstallationen haben der breiten Masse die Augen für die "Galerie der Straße" geöffnet und der Kunstbewegung im öffentlichen Raum Ruhm beschert. Dabei bewegt sich die städtebauliche Relevanz des Themas kritisch zwischen Sachbeschädigung und künstlerischer Inszenierung des Raumes. Die Entwicklung von Graffiti und Streetart sowie deren Bedeutung für die Stadtentwicklung bildet zum einen den Kern der Arbeit.

Zum anderen gab die Entwicklung der neuen Bundesländer nach der Wende den entscheidenden Impuls zur Weiterentwicklung von Banksys Utopie. Die Schrumpfung ostdeutscher Städte und Dörfer stellt öffentlichen Raum in neues Licht. "Überflüssiger" Raum ohne Funktion durchzieht die städtische Gestalt. Gerade hier scheint städtische Arbeit mit Raumaneignungen wie Streetart und Graffiti flexibler möglich zu sein, als dies in der wachsenden Stadt mit Nutzungsdruck der Fall ist. Mangelnde Eigentumssignalisierung und soziale Kontrolle führen dazu, dass Aneignung in verlassenen Räumen anders zu beurteilen ist. So viel städtischer Spielraum ist Grundlage für Visionen, für neue Formen von Urbanität und öffentlichem Raum.

Wenn so viel Raum Funktionslosigkeit signalisiert, warum dürfen ihn nicht BewohnerInnen oder Interessierte anmalen, warum nicht jede/r? Wenn

es jede/r machen würde, wäre es automatisch erlaubt. Wenn man es einfach erlaubt, würde es dann automatisch jede/r machen? Wie sähe eine Welt aus, in der Kommunikation und Selbstverwirklichung willkürlich im öffentlichen Raum stattfinden? Welchen Beitrag leistet "Urban Art", die Kunst und Sprache der Straße, für die Gesellschaft und die Stadtentwicklung?

Diese Arbeit ist ein Ansatz zum visionären und verspielten Denken mit schrumpfenden Städten und wachsenden Freiräumen. Außerhalb funktionaler Zwänge ist die Stadt frei gestalt- und formbar, ein Ideal welches schon die Bewegung der SituationistInnen für die Stadt der 50er Jahre forderten. Das Spiel mit dem Raum, das persönliche Interpretieren und Gestalten seiner Umwelt, gelöst von der funktionalen Technokratie, kann in schrumpfenden Städten zu neuen Stadtentwicklungsansätzen führen.

Konstruktion

Die Arbeit teilt sich in Theorie, Vision und Praxis. Im Zentrum steht die Vision, entworfen aus den theoretischen Ergebnissen und anschließend übertragen auf städtische Realität: Fallstudie Halle (an der Saale), Sachsen-Anhalt.

Theorie

Die **Kernfragen** der Theorie sind:

- Welche Chancen bietet die "leere Stadt" für die "Bottom- up"-Stadtentwicklung?
- Wie sind die Phänomene Streetart und Graffiti zu interpretieren, insbesondere aus der Sicht der Stadtentwicklung?

Die Anwendung der Ergebnisse führt zu der begründeten **These**:

- Bauliche, soziogeographische und finanzielle Bedingungen der leeren Stadt begünstigen, erhöhen und erfordern die Stadtentwicklungspotentiale von Urban Art.

Vision

Diese These wird zu einer **Vision** geformt: Die leere Stadt als Leinwand.

Praxis

Die Machbarkeit dieser Vision wird in der **Fallstudie** getestet, um die These praktisch zu analysieren.

Spiel mit der Leere: Situationistische Stadtvision am Beispiel von Urban Art zur partizipativen Stadtgestaltung



Grafik 1: Aufbau der Arbeit

Im theoretischen Forschungsteil werden die Möglichkeiten von Raumaneignungen in der "leeren Stadt" beschrieben. Hierbei wird auf die städtebauliche Strömung der SituationistInnen eingegangen, die schon zur Mitte des letzten Jahrhunderts eine freiere Produktion der Städte durch die Bevölkerung forderten, unter ihnen Henri Lefebvre. Als Relikt der situationistischen Strömung in Gesellschaft und Architektur bleibt die städtische Intervention, welche zeitweise Räume entfremdet oder mit neuen Funktionen belegt: Raumaneignung. Die städtebauliche Bedeutung solcher temporärer Interventionen wird anhand der Zwischennutzungsstrategie von Stadtplanungsseite erläutert, welche versucht, mögliche Vorteile solcher Raumaneignungen zu steuern, um städtische Entwicklung voranzutreiben. Beispielhaft für Raumaneignungen werden Graffiti und Streetart unter dem Begriff "Urban Art" untersucht sowie deren Bedeutung und Potentiale für die Stadtentwicklung. Es soll gezeigt werden, inwiefern Freiräume für Urban Art integrative Stadtentwicklung fördern. Die Potentiale der "leeren Stadt", die durch zu viel Freiraum entstehen und die Potentiale von Urban Art, Freiräume integrativ füllen und zu personalisieren, führen zu den Einsatzmöglichkeiten von Urban Art in schrumpfenden Städten. Die Möglichkeiten werden in einer Vision kumuliert, in der ein Urban Art Festival ein verlassenes Stadtquartier künstlerisch inszeniert und so langfristig zur Belebung und Identitätsbildung des Quartiers beitragen kann.

In der Fallstudie folgt die Praxisforschung in der ostdeutschen Großstadt

Halle. Hier soll der Spielraum für Urban Art untersucht werden. Halle als "leerste" Großstadt Deutschlands bietet hierbei besondere Forschungsvoraussetzungen. Halle wird in seiner baulichen und sozialen Zusammensetzung hinsichtlich des Einsatzes von Urban Art beleuchtet. Halles Bezüge zur Urban Art sowie aktuelle Ausrichtungen der Stadtentwicklung und deren Kompatibilität mit der Kunst der Straße werden erläutert. Des Weiteren werden Positionen gesammelt, die Einstellungen und Realisierungsmöglichkeiten mit Urban Art reflektieren und auswerten. Private und öffentliche AkteurInnen aus Vereinen, Initiativen, Kunst und Stadtplanung werden befragt, um das Akteursnetzwerk und die Kooperationsbereitschaft zu erforschen.

Durch intensive, empirisch gestützte Ortsbegehungen wird ein beispielhaftes Plangebiet in der Stadt Halle zum Einsatz von Urban Art gesucht und kartiert. Die Eigenschaften des Stadtteils "Halle Ost" haben sich in besagter Untersuchung als geeignetes Experimentierfeld für den Entwicklungsansatz mit Urban Art herausgestellt. Das Fazit fasst die Realisierungsmöglichkeiten zusammen und stellt Erkenntnisse aus Theorie und Praxis gegenüber.

Die verschiedenen städtebaulichen und sozialen Vorteile des "Urban Art Festivals", die dem Gebiet zu einer neuen Identität verhelfen können, werden anhand von zwei Entwicklungsszenarien für Halle Ost illustriert. Hierbei wird erläutert, dass das Experiment verschiedene Wege nehmen kann, die aber jeweils ihren eigenen Sinn und städtebaulichen Beitrag enthalten.

I. THEORIE

Urban Art in der leeren Stadt



1. Die leere Stadt – Wachsen an der Schrumpfung

Seit der Wiedervereinigung Deutschlands hat sich ein schneller und intensiver Wandel in den neuen Bundesländern ereignet. Die Städte und Regionen Ostdeutschlands "schrumpfen", die massive Bevölkerungsabwanderung vorwiegend junger Bevölkerungsschichten, gepaart mit den Auswirkungen des demographischen Wandels, stellt die Kommunen vor große Probleme. "Die Diskussion ist überwiegend durch Befürchtungen, mitunter durch alarmierende Schilderungen der Schrumpfung und ihrer Folgen gekennzeichnet." (Davy 2006, S.14)

Die Zahl der Bevölkerung nimmt ab, ebenso die Geburtenrate, Langzeitarbeitslosigkeit und Auflösung sozialer Netzwerke betreffen die Bevölkerung. Der Rückgang der lokalen und regionalen Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen zieht Betriebsschließungen mit sich, mangelnde Investitionen sowie steigendes Unternehmensrisiko verhindern Neugründungen. Die Immobilienwirtschaft, insbesondere der Mietwohnungs- und Grundstücksmarkt stagnieren, Instandhaltungsarbeiten werden vernachlässigt und beeinflussen nachteilig das Stadtbild (vgl. Davy 2006, Hannemann 2003). Leerstände und Stigmatisierung von Quartieren sowie Instandhaltungs- und Finanzierungsprobleme der kommunalen Infrastruktur führen zu städtebaulichem Funktionsverlust und dem Versagen bauleitplanerischer Instrumente. Denn Leerstand, Wegzug, soziale Segregation und Imageabwertung verstärken sich gegenseitig (vgl. Franz 2004). Das Negative Szenario wurde durch Medienbeiträge wie "Schrumpfende Städte – das große Sterben" (Spiegel online 24.07.03) verstärkt und Klischees manifestierten sich (vgl. Franz 2004).

Misstrauen in der Bevölkerung sowie sinkende Wahlbeteiligungen, gekoppelt mit steigenden Sozialausgaben stellen die Kommunen gleichzeitig vor Handlungsdruck und Handlungsunfähigkeit (vgl. Davy 2006). Halle an der Saale verlor fast ein Drittel seiner Bevölkerung (ca. 100.000 EinwohnerInnen). Hoyerswerda verlor tausende Arbeitsplätze und die "jüngste Stadt der DDR" sollte bald zur Hälfte aus RentnerInnen bestehen. Bis zum Jahr 2025 kann Ostdeutschland ein Viertel der Bevölkerung verlieren, so die realistischen Schätzungen. Und dieser Wandel kann nicht aufgehalten werden, es kann nur auf ihn reagiert werden (vgl. Hannemann 2003).

Die Dramatik soll relativiert werden: Solche Prognosen liegen nunmehr fast eine Dekade zurück, und das Schrumpfungssyndrom ist aktuell Kernproblem der Stadtentwicklungspraxis in Ostdeutschland. Demographischer Wandel, Suburbanisierung, Geburtendefizit und arbeitsmarktinduzierte Abwanderung lassen die Schrumpfung ostdeutscher Städte drastischer erscheinen als in anderen Regionen Deutschlands oder Europas. Hier führen demographischer Wandel und Suburbanisierung auch zu Schrumpfung, jedoch mit weitaus weniger ökonomischen und stadtentwicklungspolitischen Nachteilen, dadurch auch mit weniger dringlichem Lösungs- und Handlungsdruck (vgl. Akbar 2005). In der Geschichte ist das Phänomen bekannt. Das neuzeitliche Paradebeispiel ist die amerikanische Automobilstadt Detroit in Michigan, die seit dem Zusammenbruch der Automobilindustrie in den 50er Jahren die Hälfte ihrer Bevölkerung, sprich 900.000 EinwohnerInnen, verloren hat (vgl. Kühn 2002).

Doch hinsichtlich der regionalen Ausprägung und des geschichtlichen Kontextes ist die Situation der neuen Bundesländer einmalig. Stadtentwicklungspolitisch standen und stehen PlanerInnen und öffentliche Verwaltung vor einer grundlegenden neuen Herausforderung. Sie müssen sich weiterhin auf eine Planung unter Schrumpfungsbedingungen einstellen, denn die Vorgaben der Wachstumsplanung wirken nicht. Während es für Wachstumsplanung allerlei Strategien und Methoden zur Stadtentwicklung gibt, müssen sie unter den neuen Bedingungen von Grund auf neue Entwicklungskonzepte und Strategien entwickeln, um einer schrumpfenden Stadtentwicklung planerisch und konzeptionell zu begegnen. Es wird nicht mehr versucht durch weitere Neuinvestitionen Mensch und Wirtschaft anzuziehen, sondern es wurden Investitionen auf eine aktive Anpassung an die Schrumpfung fokussiert.

Das 2001 verabschiedete Bund- und Länder-Programm Stadtumbau Ost förderte von 2002 bis 2009 Abriss- und Aufwertungsmaßnahmen, sowie Wohneigentums-

bildung in innerstädtischen Wohnquartieren. Seitdem hat sich die Lage verbessert. Stadtumbaugebiete sind großteilig zurückgebaut oder aufgewertet. Zwar stehen immer noch große Teile leer, besonders Wohnungsbauten und Industrieruin en, doch es hat sich ein fester Forschungszweig etabliert, der mit der Schrumpfung von Städten arbeitet und immer neue Wege und Strategien zum gerechten und nachhaltigen Umgang mit Leerstand und Schrumpfung veröffentlicht¹.

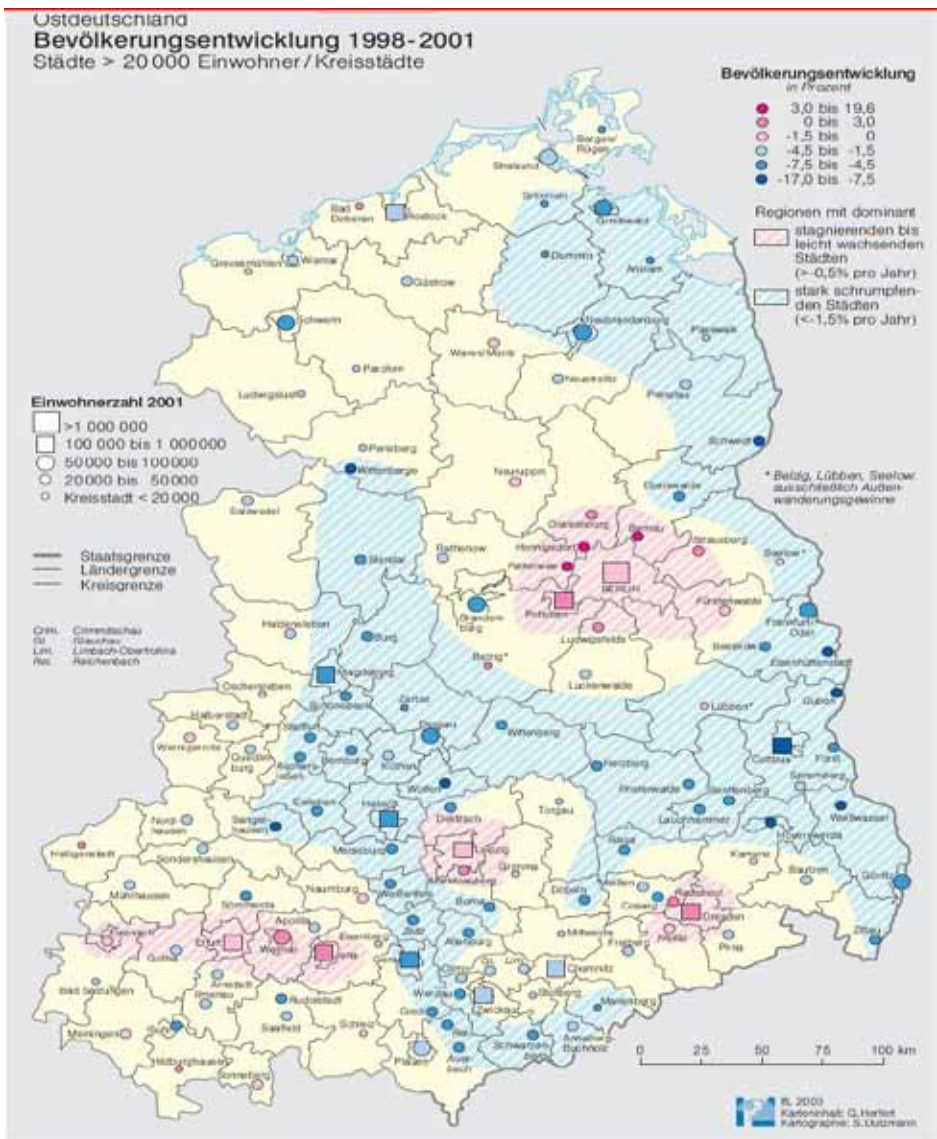
Schon 2001 zeichnete sich ab, dass die Schwarzmalereien der Entwicklungsprognosen nicht allgemeingültig für ostdeutsche Städte waren. Es gibt innerhalb der Schrumpfung sogenannte "Stabilitätsinseln", welche durchaus Wachstum verzeichnen oder in ihrer Entwicklung stabile Zahlen aufweisen. Neben Berlin als Metropole stehen hier Leipzig und Dresden, sowie der thüringische Gürtel: Erfurt, Weimar und Jena (vgl. Herfert 2003). Dresden, Leipzig und Jena gehören 2011 zu den Top-Ten-Städten in Hinsicht auf das Wirtschaftswachstum in Deutschland (vgl. Spiegel Online 15.8.2011).

Seit 2001 hat sich auch die Schrumpfung der Region Dessau und Halle relativiert. Zwar sind hier noch leicht sinkende Zahlen zu verzeichnen, doch profitiert die Region von ihrer Kultur und der Ansiedlung von regenerativer Energiewirtschaft, wie dem Solar Valley in Bitterfeld/Wolfen. Des Weiteren lassen sich in verschiedenen Großstädten wie Leipzig, oder Jena, selbst in Halle Gentrifizierungsprozesse beobachten (vgl. Herfert 2003, Kecskes et al. 1996).

Gentrifizierung beschreibt den Zuzug besserverdienender oder statushöherer Bevölkerungsschichten in einem Wohnquartier. Das Viertel durchläuft einen Aufwertungsprozess bis hin zu Mietpreissteigerungen. Gewinner sind in besagten Städten die BesitzerInnen der gründerzeitlichen Altbausubstanz, die sich durch Sanierung zu hohen Preisen vermieten oder verkaufen lässt. Verlierer sind alt-ingesessene BewohnerInnen, die ihren Standort wechseln müssen, da sie das steigende Mietniveau nicht stemmen können, geschweige denn die Eigentumsbildung, die oft am Ende der Gentrifizierung steht. Es handelt sich also um ökonomische Wertsteigerung von Quartieren aufgrund höherer Attraktivität, die aber soziale Ungerechtigkeit im Endstadium mit sich ziehen kann. Auf diesen stadtentwicklungspolitischen Konflikt wird im Laufe der Arbeit mehrmals verwiesen. Besonders innenstadtnahe Gründerzeitgebiete erfahren eine Renaissance und strahlen hohe Attraktivität aus. Hier herrscht selbst in schrumpfenden Städten Wohnraumkonkurrenz (vgl. ebd.). Auf der anderen Seite stehen einfache

1 Bsp.: IBA Stadtumbau 2010: "Die anderen Städte", Oswalt: "Shrinking cities"

Altbaustrukturen oder die großen Plattenbausiedlungen, deren Nachfrage stetig sinkt (vgl. Herfert 2003). Hier stagnieren oder sinken die Bewohnerzahlen. Es herrscht also eine Ambivalenz in vielen Großstädten der ehemaligen DDR, die sich zwischen kleinräumiger Schrumpfung und kleinräumigem Wachstum befindet, und es wäre nach heutigen Kenntnissen falsch zu behaupten, dass "der Osten" ohne Perspektive sei und jeglichen Reiz oder Attraktivität verloren habe.



Grafik 2

1.1 Spielraum leere Stadt - Die experimentelle Urbanität

"Urbanität kann man nicht bauen, sie widersetzt sich der zweckvollen Inszenierung und sie entsteht nicht von heute auf morgen. Aber doch hat sie ihre Orte an denen sie gleichsam materielle Gestalt gewinnt und erlebbar wird. Solche Orte sind oft Orte des Alterns der Stadt, des Zerfalls, der Lücken hinterlässt, in denen urbanes Leben sich breit machen kann."
(Häußermann und Siebel 2007, S.139)



Abb.3

Der Strukturwandel öffnet Lücken und Chancen. Städtebauliche Verwertungslücken, deren langfristige Perspektiven offen sind. Damit hat die leere Stadt im Überfluss, was in anderen Städten umkämpft wird: Offene Räume für Interaktion. Während in Stuttgart jeder Entwicklungsquadratmeter Land von Wirtschaft und Gesellschaft umkämpft wird, hat die schrumpfende Stadt Platz für "Bottom-up"-Stadtentwicklung, die aus der Überlassung von Raum an die Gesellschaft entstehen kann. "Bottom-up" bezeichnet die Entwicklung der Stadt, die aus Selbstorganisation oder sozialen Systemen in der Bevölkerung initiiert wird². Lücken sind innerhalb der aktuellen Planungskultur geeignete Laboratorien für den innovativen Umgang mit städtischem Raum. Während Staat und Wirtschaft die Nutzungsrechte für ihre Visionen beanspruchen, fordert die Bevölkerung städtischen Freiraum und Nischen ein, um dort lokale gärtnerische oder (sub) kulturelle Einrichtungen zu etablieren: Das Recht auf Stadtentwicklung von unten (Bottom - up) wird in Zeiten von Stuttgart 21, sowie "Antigentrifizierungs-Initiativen" in Hamburg oder Düsseldorf in Politik und Bevölkerung heftig diskutiert³. Die Bevölkerung Berlins befindet sich im stetigen Kampf um die Freiräume und städtischen "Halbbrachen", die im Zwischennutzungsformat großteils zur Belebung des Umfeldes, und zugleich erheblich zum Image Berlins als "unfertige" Metropole beitragen. "Arm, aber sexy" ist sie durch ihren experimentellen Charakter so künstlerisch-subkulturell attraktiv geworden, dass sie als Stadt mit der größten Galerieanzahl weltweit beeindruckt. Gleichzeitig steht sie aufgrund vielfältiger Verwertungsinteressen unter einem hohen Kommerzialisierungsdruck (vgl. Krusche 2011).

² Ggs: Top- Down Stadtentwicklung aus hierarchischen Strukturen heraus, also "von oben" dirigiert

³ vgl. "Recht auf Stadt" Bewegung Hamburg, "Freiraum Bewegung" Düsseldorf

Während in der Hauptstadt "urbaner Freiraum" unter anhaltenden Privatisierungsinteressen steht, befindet sich der breite Leerstand in den anderen ostdeutschen Großstädten unter weniger Nutzungsdruck. Leerstand ist in der schrumpfenden Stadt Überfluss. Das heißt, es handelt sich nicht um eine umworbene Lücke in der städtischen Dynamik, sondern um alltägliches Umfeld: städtische Umwelt, die das Stadtbild prägt und fester Bestandteil der Struktur ist. Diese Zustände definieren in dieser Arbeit die "leere Stadt". Leerstand ist also Bestandteil der urbanen Lebensqualität für die Bevölkerung, hier definiert als "Urbanität". Städtisches Leben im öffentlichen Raum ist umgeben von uncodierter Stadtarchitektur: funktionslos oder funktionsoffen. Und doch wird auch hier die Leerstandssituation als Chance betrachtet, denn Leerstandsbauten und ungenutzte Grundstücke sind flexibel, geradezu passend für Experimente. Die leere Stadt ist zwar ein Mangel, kann dafür aber der Bottom-up-Planung" konfliktfreien Spielraum geben.

Das Stichwort heißt Kreativität. Da Not bekanntermaßen erfinderisch macht, muss bei besagten Zuständen zwangsweise Kreativität entstehen. Demnach erläutern ostdeutsche Städte generell Kreativität in ihrem Leitbild, denn es geht um die Anziehung von kreativem Potential: die Stadt soll hierbei die Möglichkeiten zur Entfaltung kreativen Potentials geben. Städtische Kreativität heißt in diesem Sinne, "neue Denkweisen zu entwickeln, aus alten Mustern und Routinen auszubrechen, und das Experiment zu kultivieren" (Liebmann und Robischon 2003, S.10). Die Stadtentwicklungsforschung hat das Prinzip "Lücken für Kreativität" aufgenommen.

So können in der leeren Stadt Konzepte zur Belebung, Raumaneignung oder zu alternativen Wohnformen getestet werden, aus denen bei erfolgreicher Anwendung im besten Fall übertragbare Strategien entwickelt werden, die in Zukunft auch anderen Städten, Regionen und Ländern helfen können, auf "Schrumpfung" zu reagieren. Es ist davon auszugehen, dass dieses Phänomen sich mit wachsendem Fortschritt, Wohlstand und Zentrierung in den großen Metropolen der Erde auch in anderen Ländern abspielen wird. In diesem Sinne haben ostdeutsche StadtplanerInnen hier Pionierfunktion in der Konzeptentwicklung zur Gegensteuerung oder Anpassung an die Schrumpfung. Sachsen-Anhalt hat das städtebauliche Innovationspotential der Schrumpfung in einer internationalen Bauausstellung präsentiert, der IBA Stadtumbau 2010 (vgl. Abb.4).

"Die internationale Bauausstellung Stadtumbau Sachsen-Anhalt 2010 ist ein urbanes Labor, in dem Werkzeuge zur Bearbeitung des Phänomens der schrumpfenden Städte entwickelt und erprobt werden" (Akbar 2005, S. 126). Es wird die Einstellung propagiert, Schrumpfung nicht als Dilemma anzusehen, sondern als Chance für die Zukunft.



Abb. 4

"Eine dünnere Besiedlung birgt auch Chancen: neue Freiräume der Lebensgestaltung mit weniger sozialen Konflikten, weniger Ressourcen und Naturverbrauch."
(Daehre 2005, S. 14)

1.2 Kreative AkteurInnen - Raumpioniere

"Schrumpfungsprozesse schaffen Potentiale, wie die Verfügbarkeit von Raum und Zeit. In schrumpfenden Städten sollte es problemlos möglich sein, Räume für kreative Ideen zur Verfügung zu stellen." (Liebmann und Robischon 2003, S. 56)

Kreativität ist zum generellen Wettbewerbsfaktor aller Städte geworden- und doch ist Kreativität in den Lösungsprozessen der "leeren-Stadt-Problematik" aufgrund der geringen Mittel besonders gefordert. Die leere Stadt verfügt über wenig finanziellen, dafür über viel physischen Spielraum. Die entsprechende Stadtverwaltung steht daher in der Pflicht, städtischer Kreativität möglichst viele Freiräume zu geben und das innovative Denken zu fördern.

Kreative Menschen braucht die Stadt. Schon in den 90er Jahren betonte der Kulturhistoriker Roland Günther die städtische Beteiligung kreativer Menschen (vgl. Keim 2003). Inzwischen ist Kreativwirtschaft zu einem festen Begriff der Stadtentwicklung geworden. Zuletzt entfachten die neueren Ausführungen des Wirtschaftsökonomen Richard Florida die Diskussionen um den Kreativitätsbegriff. Er geht davon aus, dass wirtschaftliche Prosperität einer Stadt unweigerlich an die Anziehungskraft für kreative Menschen gekoppelt ist. Denn Kreativität fördert oder ist Innovation. Kreative Menschen forschen und entwickeln und verhelfen so der städtischen Wirtschaft zu Wachstum (vgl. Florida 2002).

In den ostdeutschen Großstädten wird also um die Gunst der kreativen Köpfe gebuhlt. Die sogenannten "Urbanen PionierInnen" werden bewusst von Stadtplanung und Wirtschaft gefördert, um in Ostdeutschland Kreativität zu mobilisieren. Urbane PionierInnen entwickeln in ihren Lücken "alternative" Ökonomie. (Sub)kulturelle Prägung und Differenzkapitalismus geben alternative Wirtschaftsimpulse, die im Idealfall ein Gebiet zum "Szenekiez" mutieren lassen und so für Belebung und Attraktivität sorgen. Sie werden also als weicher Standortfaktor gehandelt. "Oft sind temporäre Nutzer Pioniere. Sie entwickeln neue experimentelle Programme für die genutzten Orte und lassen neues städtisches Leben entstehen" (Pogoreutz 2006, S. 79).

Urbane PionierInnen haben meist eine hohe Risikobereitschaft, aber in den üblichen Verwertungszyklen unter Nutzungsdruck weder die finanziellen Möglichkeiten, noch die passenden Örtlichkeiten zur Umsetzung ihrer Ideen.

Das Buch "*Urban Pioniers*" untersucht diese AkteurInnen und ihre Chancen in der Stadtentwicklung.

"Das Flächenpotential bietet jungen, kreativen Start-ups genauso wie Ehrenamtlichen die Chance, ohne große finanzielle Investitionen ihre Ideen zu verwirklichen und so letztlich auch zur sozialen und ökonomischen Basis der Stadtgesellschaft beizutragen.[...]Besonders junge Menschen, die nach ihrem Studium keine Anstellung finden, nutzen die günstigen Raumangebote der Stadt, um ohne großes Risiko die eigene Berufung auch wirtschaftlich auszuprobieren.[...]Sie verkörpern ungewohnte aber attraktive urbane Lebensstile und decken damit eine Nachfrage ab, welche die etablierte städtische Angebotsstruktur nicht bieten kann" (Urban Pioneers 2007, S. 23, 38, 41). PionierInnen dringen also in die Lücken der städtischen Dynamik vor, um dort ihre Visionen und Nischenökonomie zu verwirklichen.

Der Begriff "Pionier" ist in der Stadtforschung nicht neu. Er wird schon von Alisch und Dangschat gebraucht, um eine Gruppe zu beschreiben, die ebenfalls als Katalysatoren für städtebauliche Aufwertung genannt wird. Hier wird sie in einem anderen soziologischen Kontext untersucht. PionierInnen sind hier ein entscheidender Teil des Gentrifizierungsprozesses: sie fungieren durch ihre kreativen Impulse als Initiator für die Aufwertung eines Quartiers, sind also die Ersten der nachrückenden Bevölkerungsschicht. Die Beschreibung dieser PionierInnen hat große Schnittmengen mit der Urban Pioniers-Profilcharakterisierung: Nach Alisch/Dangschat sind PionierInnen die jüngsten Zuzügler mit geringem Einkommen in künstlerisch-kreativen Berufen, die risikobereit sind und in Mietverhältnissen wohnen (vgl. Alisch und Dangschat 1996). Urbane PionierInnen werden bei erfolgreicher Raumaneignung und Attraktivitätssteigerung zu GentrifizierungspionierInnen. Daher spielen städtische Zwischennutzungen, wie sie besagte kreative AkteurInnen betreiben, im Aufwertungs- oder Gentrifizierungsprozess eine "prekäre Rolle" (Pogoreutz 2006, S. 84). Ideen und Ideale der PionierInnen haben die Mittelschicht erreicht. Die Krise des bürgerlichen Lebensmodells führt dazu, dass die Gruppen aufeinander anziehend wirken (vgl. Holm 2005).

"Mit einer kulturellen Nähe zu den Alternativszenen richtet sich ihr Interesse oft auf dieselben Räume und Viertel. Subkulturelle Projekte und besetzte Häuser dienen als Türöffner in den Zeiten des Übergangs" (Häusermann und Siebel 1987, S. 17).

Sie alle meinen und glauben an dasselbe: Alternative Stadtkultur als weicher Standortfaktor, für die Lebensstilgesellschaft mit höchster Mobilität auf der Suche nach urbanem Abenteuer.





Abb. 6

2. Raumaneignung: Wer produziert die Stadt?

"Die Aneignung des Raums ist das Resultat der Möglichkeit, sich im Raum frei zu bewegen, sich entspannen, ihn besitzen zu können, etwas empfinden, bewundern, träumen, etwas kennenlernen, etwas den eigenen Wünschen, Ansprüchen, Erwartungen und konkreten Vorstellungen gemäÙes tun und hervorbringen zu können"
(Chombart de Lauwe, 1977)

Ob der funktionslose, dadurch irgendwie anarchistische Reiz von leeren oder "freien" Räumen in der Stadt ökonomisch verwertbar ist, soll hier nicht der einzige Fokus bleiben. Großteiliger Leerstand bei fehlendem Nutzungsdruck betrifft auch das soziale Gefüge einer Stadt. Die Frage, welche Formen von städtischem Leben mit dieser Ausprägung von funktionslosem Raum möglich sind, führt zu der stadtphilosophischen Strömung der SituationistenInnen. Diese hatten eigene Vorstellungen von der Produktion der Stadt und der Ausrichtung des öffentlichen Raumes. Diese Bewegung hat bis heute Einfluss auf das Stadtleben, das zeigen aktuelle Tendenzen in Gesellschaft und Architektur. Die situationistische Stadtideologie, Temporalität und Flexibilität des städtischen Raumes wird von der Stadtplanung in Zwischennutzungen instrumentalisiert, um funktionslose Räume einer Belebung zuzuführen – initiierte Raumaneignung. Es werden die Vision der SituationistInnen sowie die Wirkungen von ungesteuerter und gesteuerter Raumaneignung in der Stadt beschrieben, um aufzuzeigen, welche Umgangsmöglichkeiten der leeren Stadt und deren Bevölkerung mit den großen urbanen Lücken offen stehen. Städtischer Freiraum und die Raumaneignung von diesem eröffnen neue Perspektiven für die Stadtentwicklung von unten bis hin zu einer neuen Urbanität zwischen (leerem) Stadtraum und Bevölkerung.

2.1 Situationistische Stadt

Situationismus ist ein Begriff aus der Mitte des 19. Jahrhunderts, den eine KünstlerInnen- und Intellektuellengruppe prägte, die sich unter anderem mit der Ausrichtung und dem Nutzen des öffentlichen Raumes beschäftigte. Ihre Visionen, Theorien und Leitbilder waren bewusst radikal und kritisierten scharf die bestehenden Verhältnisse. Jedoch haben sie für viele Bereiche Vorstellungen entwickelt, die auch heute noch Berücksichtigung finden. Nicht nur in der Kunst, auch in der Architektur und im Urbanismus hat die Bewegung "Situationismus" Spuren hinterlassen. Die SituationistInnen hatten eigene ungewöhnliche Vorstellungen vom Funktionieren der Stadt. Der Künstler Constant kreierte während seiner Mitgliedschaft eine situationistische Stadtutopie. Der Raumphilosoph und Soziologe Henri Lefebvre war einige Jahre Mitglied der SituationistInnen und nutzte deren Inspiration für seine Theorien über die Raumproduktion.

Es sollen die Geschichte und die Einflüsse der SituationistInnen beleuchtet werden und die Einsatzmöglichkeiten ihrer Ideen zur städtischen Gestaltung in der schrumpfenden, leeren Stadt diskutiert werden.

SituationistInnen

Die SituationistInnen wurden durch Guy Debord und Raoul Vaneigem gegründet und entstanden aus verschiedenen künstlerischen, politischen und intellektuellen Strömungen: 1957 etabliert unter dem Namen "Situationistische Internationale" (S.I.). Die Gruppierung existierte bis zum Jahr 1972. Hier kam es zur offiziellen Selbstaflösung. Während dieser Zeit war das entscheidendste Mittel zur Veröffentlichung ihrer systemkritischen Auffassungen eine gleichnamige Revue (vgl. Champion 2008).

Die Gruppe diskutierte, agierte und kritisierte in Kunst, Politik und Architektur, wobei die Grundmotivation der Bewegung Konsum- und Kapitalismuskritik war. Ihre Forderung war, den Tauschhandel mit Geld durch die Gabe zu ersetzen, um "allumfassende soziale Befreiung" zu bewerkstelligen, denn der "Warenalltag" bedeute Abhängigkeit und eingeschränkte Handlungsfähigkeit (ebd.). Sie kritisierten die fortschrittsorientierte Technokratiegesellschaft und deren funk-

tionale Trennung und plädierten für mehr Kunst im Alltagsleben, bis hin zum Konzept der "theoretischen und praktischen Herstellung von Situationen", die das Leben selbst zum Kunstwerk werden lassen soll, eine Symbiose aus Arbeit, Kunst und Politik. Während des 15-jährigen Bestehens waren nie mehr als 70 Personen in der S.I. etabliert, darunter hauptsächlich AkteurInnen aus Frankreich, Dänemark, Belgien, den Niederlanden, USA und Algerien- im gesamten Feld befanden sich 7 Frauen. Ihr Kommunikationsmittel die Revue "internationale Situationiste" erschien insgesamt 12 Mal, jeweils in verschiedenfarbigem Design: "damals war dies für eine linke Zeitschrift Aufsehen erregend" (BBZN s.a., S.2). Sie war mit einem Anti-Copyright versehen.

Entwicklung

Als Guy Debord 1951 das Filmfestival Cannes besuchte, stieß er auf die Lettristen. Er war angetan von deren politischen Idealen und von ihrem subversiven Protest. Auch bei den Filmfestspielen zeigten die Lettristen einen Film, der das klassische Kino zerstörte und durchweg kritisierte. Sie sorgten für Aufruhr. Guy Debord war fasziniert und schloss sich ihnen an. Die Lettristen hegten einen neuen Lebensstil, der sich literarisch und künstlerisch mit dadaistischen und surrealen Thematiken auseinandersetzte. Architektur war für sie maßgeblich, es stand die These im Vordergrund, dass auf die Befreiung der Stadt die Befreiung des Lebens folge. Sie forderten befreienden Städtebau. Als bekannteste Provokation der Lettristen gilt die Entführung des Pfarrers von Notre Dame 1950 beim Ostergottesdienst. Dieser wurde ersetzt durch einen Lettristen, der sich als Pfarrer verkleidete und beim Ostergottesdienst vor 10.000 Menschen verkündete: "Gott ist tot" (vgl. Rudy 2008). Guy Debord vertiefte sich in deren Aktion und konnte schon bald eine eigene Gruppe Lettristen um sich versammeln: Die Lettristische Internationale. 1957 vereinigte sich die Lettristische Gruppierung mit verschiedenen anderen künstlerischen Strömungen in Norditalien zur "Situationistischen Internationale". Die Bewegung verhöhnte und kritisierte politische und kulturelle Eliten dieser Zeit und fielen somit immer wieder auf. Die Moderne wurde als "würdelose rationalisierte Form des Überlebens" abgestempelt. Es entstand das Werk von Guy Debord mit dem Titel "Die Gesellschaft des Spektakels", in dem der Kapitalismus an den Pranger gestellt wurde, als Funktionalisierung des Menschen. Die prägendsten Begrifflichkeiten, auf denen die S.I. ihre Philosophie und Einstellungen begründeten, waren:

Situationistische Stadtideologie: Zwischen Psychogeographie und Dérive

Das Spektakel:

„...die Selbstherrschaft der zu einem Status unverantwortlicher Souveränität gelangten Warenwirtschaft und die Gesamtheit der neuen Regierungstechniken, die mit dieser Herrschaft einhergehen.“ (Debord 1978, in: Schneider 2003, S.3)

Dérive:

Das im Englischen mit "Drift" passend umschriebene Wort bezeichnet "das Umherschweifen im (sub-) urbanen Raum und die genaue Beobachtung der geografischen Wirkung auf die Bewohner." (Schneider 2003, S.3)

Détournement:

Detournement bezeichnet "die Zweckentfremdung, Entwendung und Wiedereinsetzung von Sinnzusammenhängen z.B. Theorien, Texten und Bildern." (ebd. S.3) Die Entfremdung war Grundlage für ihre Weltanschauung, dass alles auch anders sein könnte. Surreale Strömungen wurden in Kunst und Stadtphilosophie der SituationistInnen verarbeitet. Durch Entfremden verliert das Ding seine funktionale Bestimmung. Dies wiederum ist Grundvoraussetzung für eine neue Bestimmung, welche völlig losgelöst von funktionalen Zwängen auferlegt werden kann: Alles kann alles sein.

Konstruierte Situation:

Unter Situation verstanden SituationistInnen "das Herstellen von kurzfristigen, spontanen und spielerischen Lebensumgebungen, die Freiheit und Leidenschaft ins alltägliche Leben bringen sollen" (ebd. S.4).

Rekuperation:

Rekuperation beschreibt "die Affirmation subversiver Methoden durch das Spektakel" (ebd. S.4).

Die Grundsätze wurde von den Lettristen übernommen. Deren Begrifflichkeiten wurden in der S.I. zum Programm.

“Das Konzept des Umherschweifens ist untrennbar verbunden mit der Erkundung von Wirkungen psychogeographischer Natur und der Behauptung eines konstruktiven Spielverhaltens, was es in jeder Hinsicht den klassischen Begriffen der Reise und des Spazierganges entgegenstellt.”
(20. Situationistische Internationale)

Durch das Umherschweifen bildeten die SituationistInnen ihren Sinn und ihre Visionen für ihr Gesellschaftsbild. Zielloos wandernd, zwischen den Vorgaben des "Spektakels", untersuchten sie Architektur und bewegten sich mit spielerischer Aneignung im urbanen Raum. Der konsumorientierten Stadtgestaltung traten sie verachtend gegenüber: sie wollten diese ganzheitlich revolutionieren. Diesen bewusst vermessene, aber auch verführerischen Ansatz nannten sie den Urbanismus Unitaire. "Der Unitäre Urbanismus wurde zum Manifest für eine Neudefinition der urbanen Räume durch partizipatorische Spiele: die Gestaltung von Situationen und Bauten sollte unendlich formbar bleiben – flexible Strukturen von begrenzter Lebensdauer ermöglichen" (Ferguson 2007, S.1).

Der Feind war die durchplante, durchrationalisierte Architektur, die in ihren Vorgaben einheitlich, unflexibel und steif erschien. Das städtische Ideal war ein inszenierter, interaktiver Raum, in dem die Menschen leben und spielen, statt zu konsumieren und zu funktionieren.

Als "rationale Verschönerungen für die Stadt Paris schlägt die SI zum Beispiel vor, öffentliche Parkanlagen und das U-Bahnsystem mit einer nur schwachen und/oder zeitweise aussetzenden Beleuchtung die ganze Nacht hindurch offenzulassen, um psychogeographische Eigenschaften hervortreten zu lassen, Straßenleuchten mit Schaltern auszustatten, so daß die Leute damit spielen können, Friedhöfe und Museen zu zerstören (und die Kunstwerke auf Kneipen und Cafés zu verteilen) und durch eine gewisse Anordnung von Feuertreppen und nötigenfalls die Anlage von Durchgängen die Dächer von Paris Spaziergängern zugänglich zu machen" (Schneider 2003, S.10).

Die städtebauliche Systemkritik führte zu verschiedenen Aktionen im öffentlichen Raum und schließlich zur Ausgestaltung ihrer Vision - Der Gipfel ihrer Kritik. Die S.I. hatte eine ideologische Stadt entworfen: New Babylon - die Verban-
nung der Funktionalität für spielerischen, variablen und beweglichen Raum. "Eine Stadt, die einem beständigen aktiven Konstruktions- und Zerfallsprozess unterworfen sein sollte" (Ronneberger 2006, S.50).

New Babylon

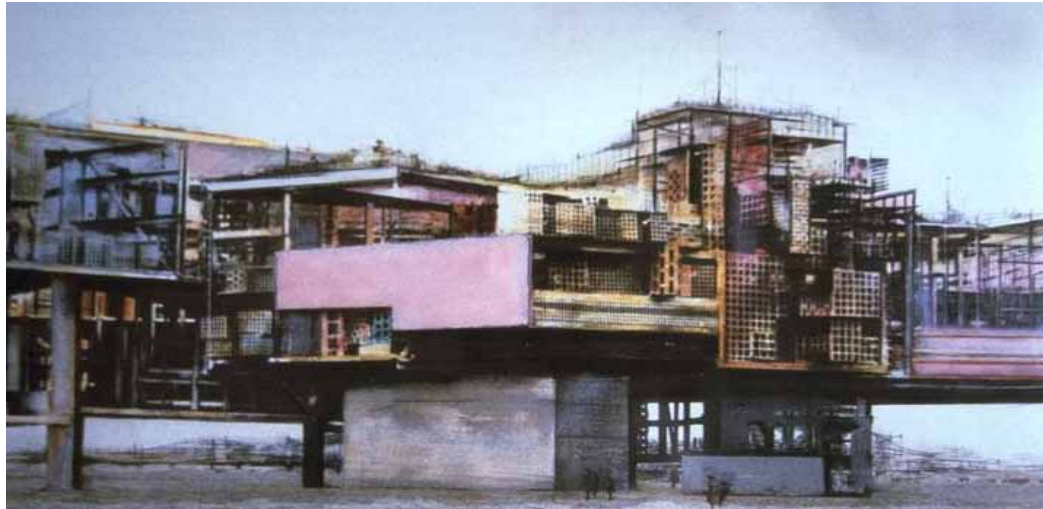


Abb. 7+8 Fotomontagen von New Babylon, Constant 1971

Der niederländische Maler "Constant", eigentlich Constant Anton Nieuwenhuys (21. Juli 1920 bis 1. August 2005), war von 1957 bis 1959 Mitglied in der S.I. und widmete sich unter ihrem Einfluss eine Zeit lang der Architektur. Seine Stadtutopie New Babylon entwarf er zwischen 1959 und 1969 (vgl. Wigley 1999).

Der niederländische Stararchitekt Rem Koolhaas, der noch vor seinem Architekturstudium einmal seinen Landsmann Constant interviewte, bezeichnete diesen als einen entscheidenden Einfluss (vgl. Boersma 2005). "New Babylon envisages a society of total automation in which the need to work is replaced with a nomadic life of creative play (...). Every aspect of the environment can be controlled and reconfigured spontaneously. Social life becomes architectural play. Architecture becomes a flickering display of interacting desires." (Wigley 1999, s.p.).

New Babylon war keine genau vorgegebene Architektur, es ging viel mehr um die Wirkung auf den Menschen, um das Interagieren mit dem Umfeld. Soziales Leben als architektonisches Spiel. Verkehr wird auf anderen Ebenen geregelt, damit der Mensch frei in seinem Umfeld "umher-schweift" und sich seine Situationen selbst konstruiert (vgl. Schneider, 2003). Physische Darstellungen von New Babylon existieren anhand von vielfältigen Skizzen und Bildern, die Constant verfasste, sowie in topographischen Karten und Kompositionsphotographie (vgl. Abb. 7+8). Zahlreiche detaillierte Modelle sollen des Weiteren Eindrücke über das städtische Bild Babylons vermitteln (vgl. Boersma 2005). Es gab keine einheitliche Strategie oder feste Pläne für das Aussehen der Utopiestadt. Jede bindende Festsetzung hätte der flexiblen Architektur und der Beweglichkeit von Umwelt und konstruierten Situationen widersprochen. New Babylon hat kein Zentrum, kein Anfang oder Ende und auch keinen Masterplan. Es war ein Gegenentwurf zu funktionalen Stadtvisionen, mit einheitlichen Rastern und Trennungen, wie sie Le Corbusier zu jener Zeit entwarf. Begründet waren die Theorie und die Vorstellungen der Utopie auf einem emotionalen Stadtplan, den die SituationistInnen innerhalb der Dérive erstellten, und genaustens die Wechselwirkungen von Architektur und Bewohner untersuchten - Psychogeographie (vgl. Abb. 9).

Abb. 9: emotionaler Stadtplan



New Babylon ist Zukunftsarchitektur für eine spielerische Kreativgesellschaft, deren Individuum die SituationistInnen mit dem Begriff "Homo Ludens" beschrieben (vgl. ebd). Dieser Homo Ludens war eine Gegenüberstellung zum Homo Oeconomicus und beschreibt den spielerisch wandernden Menschen, frei von Zwängen der Steuerung. Letztmalig wurden die Pläne Constants bei der Documenta 11 in Kassel ausgestellt, anno 2002.

„1961 wären die Situationisten von einem reichen Kunstliebhaber - Paolo Marinotti - gesponsert worden, eine Experimentalstadt auf einer kleinen Mittelmeerinsel zu errichten. Er bewilligte alle finanziellen Mittel; in der Stadt sollten emotionale Viertel angelegt werden; es sollte auch ein Viertel der Angst geben. Der Plan scheiterte, denn die SituationistInnen wollten nicht eine Stadt, wie sie in den meisten Utopien entworfen wird, sondern eine gebaute Kritik dieser Ideale, und sie wollten sich auch nicht mit den Abfällen der Industriegesellschaft zufrieden geben. Brisanter jedoch war eine andere Forderung: es sollte der S.I. freigestellt sein, ihre Konstruktion jederzeit in die Luft jagen zu können. Sie wollten nicht, daß eventuell Werbefilmer oder die Mannequins von Marinottis Textilunternehmen vielleicht eines Tages als künstliche Menschen im situationistischen Utopia umherlaufen würden“ (Schneider 2003, S.11).

Die Radikalität in ihren Visionen und der peinlich genaue Aktionismus, der jede Aktion in ihrem subversiven Sinn hinterfragte, um nicht selbst zum Klischee zu werden, verhinderten wohl letztendlich, dass die S.I zu größerem Einfluss gelangte und ihre Ideale real umsetzte.



Abb. 10

2.2 Situationistische Stadtkultur für schrumpfende Städte: Alltag statt Intervention

Die Utopie New Babylon wird immer eine bleiben, die Ausrichtung ist extrem und zu stark an den gescheiterten Kommunismus angelehnt. Trotzdem hat die Bewegung nicht gänzlich an Einfluss verloren.

Das Spiel mit dem öffentlichen Raum sowie die individuelle Ausgestaltung desselben bleibt weiterhin inspiriert von den Ideen der SituationistInnen. Raumphilosophen und Soziologen wie Lefebvre schließen mit ihren Theorien über städtisches Zusammenleben an das situationistische Gedankengut an. Soziale Raumentwicklung ist nach seinen Erkenntnissen nicht steuerbar. Die BewohnerInnen der Städte "produzieren" alleinig den sozialen Raum durch ihre Handlungen (vgl. Krusche 2011). Temporäre Bauten und Installationen entfremden Räume, schaffen flexible Lösungen oder neue Perspektiven und somit Bewusstsein für die Grenzen und Nischen des urbanen Raumes. Das Bedürfnis nach Temporalität in der Architektur wird durch Kultur geprägt (Nomaden), durch Zwang (Obdachlosigkeit), durch Mobilität, Verdrängung und Lifestylefluktuation sowie durch Trial-and-Error Prozesse oder das Bedürfnis nach städtischer Abwechslung und Spiel (vgl. Haydn/Temel 2006).

Die Raumaneignung und Entfremdung oder Sinnerweiterung nach eigenen Vorstellungen jenseits der funktionalen Codierung ist das situationistische Erbe in der Gesellschaft. Die flexible Stadt, die mit solchen Dynamiken interagieren kann ist das situationistische Erbe in der Architektur.

Mehrheitlich sind die gesellschaftlich-situationistischen Aktionen im Stadtgeschehen Interventionen - Spontan, ungefragt und gegen die herrschende Ordnung. Ob U-Bahnpartys in London, Frühstück auf Verkehrsknotenpunkten in Berlin, Tokyo und Jerusalem, spontane Versammlungen von Flashmobs zur Irritation im öffentlichen oder halböffentlichen Raum, Parkour Sportevents, die städtische Architektur als Sportplatz umnutzen, oder Graffiti und Streetart, welche städtischen Raum nach eigenen Vorstellungen gestalten und entfremden: Dies alles ist auflehnender Aktivismus gegen die funktionalen einseitigen Vorgaben der Stadt (ebd.).

Beispiel "*Reclaim the Streets*": ist eigentlich ein Netzwerk, in dem Intervention im Raum organisiert wird, um mit Musik, Fest, Menschen und Kreativität Störung von Verkehr und Konsumentenalltag zu provozieren. Inzwischen ist Reclaim the Streets zu einem Slogan geworden, der Privatisierung und Gestaltungshoheit im öffentlichen Raum kritisiert. Reclaim the Streets will das Gemeingut Straße wieder ins öffentliche Bewusstsein rücken. Daher werden die meisten Formen von gesellschaftlicher Intervention im öffentlichen Raum mitunter mit diesem Titel versehen. Auch die Streetart- und Graffitibewegung legitimiert ihre Werke unter diesem Titel, indem sie die Straße als öffentlichen Kommunikationskanal benutzt und die herrschende Sinnstruktur unterläuft (ebd.).

Diese Interventionen laufen nicht immer konfliktfrei ab, dies ist auch oft nicht die Intention. Es ist Intervention im Sinne von "Dazwischentreten", die Steuerung der Stadt durchbrechen und stören.

Die Bürger treten zwischen die Pläne von wachstumsbedingter Gestaltungshoheit der Investoren, die zunehmend Raum privatisieren und vorwiegend ökonomische Interessen verfolgen, zwischen die städtische Ausrichtung von Infrastruktur und Architektur zur Unterstützung dieser Pläne, die auf Ebenen entschieden wurden, in denen sich der Bürger vernachlässigt fühlt. Situationistische Intervention findet in wachsenden Städten in Form von "Guerilla-Aktion" gegen die Stadtentwicklung statt, ist also Protest und Rebellion und gegenüber den "programmierenden Mächten" nur vereinzelt möglich - ein Aufschrei.

In schrumpfenden Städten verschwindet oder fehlt diese Programmierung. Funktionslosigkeit von Haus und Infrastruktur prägen das Stadtgefüge und hinterlassen "uncodierte" Räume, denen Eigentums- oder Funktionssignalisierung fehlt. Der situationistischen Stadtinterpretation wird hier ausreichend Spielraum gegeben. Raumaneignung ist hier keine Guerilla-Taktik, sondern hat Freiheiten alltägliches Stadtgeschehen zu sein. Die Raumproduktion des Bewohners kann konfliktfrei stattfinden, denn beharrliche Funktionscodierung ist in geringerem Maße vorhanden. "Reclaim the Streets" ist hier keine Kampfansage: Wenn zuviel Straße da ist, braucht diese keiner zurückerobert. Man kann sie sich nehmen und formen. Dies klingt nach sehr viel Freiheit. Die Stadtplanung ostdeutscher Städte versucht diese Freiheit für die Stadtentwicklung zu nutzen. Raumaneignung wird staatlich aktiviert, um den Ursachen dieser Freiheiten entgegenzutreten: Abwanderung, Wirtschaftsschwund und Disfunktionalität.

2.3 Instrumentalisierte Raumaneignung: Zwischennutzung in der Stadtentwicklung

In den neuen Bundesländern wird versucht durch öffentliche Förderung Leerstände und Brachflächen an interessierte AkteurInnen zu vermitteln. Mit der Vermittlung will die Stadtentwicklung Raumaneignung fördern und Quartiere beleben. Mit Aussicht auf Standortvorteile für die Kreativwirtschaft versucht sie, den impulsiven Charakter von Zwischennutzung zu instrumentalisieren, um somit gesteuert ihre Stadtentwicklung voranzutreiben, vorwiegend in Räumen mit sozialen und baulichen Defiziten. Eine Zwischennutzung ist eine Nutzung zwischen zwei Hauptnutzungen, da die Nachfolgehauptnutzung nicht geklärt ist, beziehungsweise lange Überbrückungszeiten bis zur folgenden Hauptnutzung entstehen (vgl. BMVBS 2008). Das Prinzip des Grundeigentums öffnet diese Lücken. Denn die städtischen Entwicklungen (sowohl sozial wie ökonomisch) sind dynamisch, das Grundeigentum aber ist beharrlich, fest und statisch, ist also nicht flexibel zu der städtischen Dynamik und schafft so temporäre Lücken (vgl. Haydn/Temel 2006). In der schrumpfenden Stadt sind diese Lücken groß.

Zwischennutzungsflächen können sowohl Ladenlokale und Kaufhäuser, öffentliche Gebäude sowie Büro- und Wohngebäude sein, aber auch Baulücken, Rückbauf Flächen, Industrie- oder sonstige Brachflächen (vgl. BMVBS 2008).

Entwicklung

Die HausbesetzerInnen Berlins thematisierte Zwischennutzung erstmals in Deutschland. Ihre Motive und Methodiken wurden damals vorwiegend soziologisch untersucht. Es war staatlich ungesteuerte Intervention und Zwischennutzung, die gleichzeitig immobilienpolitische Forderungen stellte. Städteplanerisch

wurde dem Phänomen keine Aufmerksamkeit geschenkt.

Doch mit wechselnden Paradigmen wechselt auch der kommunale Entwicklungsspielraum: Von PlanerInnenseite wird die Ansicht vertreten, dass in Zeiten der Globalisierungstrends, Lebensstilpluralisierung und des demographischen Wandels die Planungsverfahren flexibler sein müssen, um auf solche Unsicherheiten zu reagieren (vgl. BMVBS 2008).

Berlin war als Inspiration vorangeschritten. Mit einer vitalen Tanz- und Clubkultur machten viele Discos Schlagzeilen, welche sich zur Zwischennutzung im städtebaulichen Wildwuchs der Hauptstadt alte Ruinen als "Location" suchten. Ihr Ladenkonzept basierte auf Temporalität. Gleichzeitig verhalfen sie Gebieten zu Aufmerksamkeit und Belebung, dabei meist ohne kommunale Unterstützung, sondern aus subkulturellen Strömungen heraus. Es folgten Bars, Vereine und Galerien, die sich auf temporärer Basis ihre Standorte in den wuchernden Freiräumen Berlins suchten. Mobilität war das Erfolgsrezept (vgl. Bahr 2005).

Das Raumangebot, ausgelöst durch rechtliche Unsicherheiten, Fehlinvestition und Wandel nach der Wiedervereinigung war vielfältig kreativ nutzbar. Nicht nur die HausbesetzerInnen waren medienpräsent, auch die Zwischennutzung des Palastes der Republik in Berlin sorgte dafür, dass Zwischennutzung stadtentwicklungstechnisch untersucht wurde (vgl. Abb.11).

Abb. 11: Palast der Republik, Installation "ZWEIFEL" 2005, Lars Ramberg



Instrumentalisierung

Es erwies sich als sinnvoll, die temporäre Nutzung in Form von "Zwischennutzung" zu instrumentalisieren und staatlich zu fördern und so möglichst übertragbare Strategien zu formulieren.

Mit ihr sind zahlreiche Hoffnungen konnotiert, um flexibel und zumindest kurzfristig auf die Effekte der Schrumpfung zu reagieren. Das Ideal ist eine Win-win-Situation. ZwischennutzerInnen können für geringe Kosten an teilweise ungewöhnlichen Orten ihre Ideen trotz unsicherer Nutzungsperspektive mit hohen Eigenleistungen durchsetzen- Raum für PionierInnen. EigentümerInnen möchten ihre leere Immobilie oder Freifläche vor weiterem Verfall und Vandalismus schützen und nach Möglichkeit Rendite erzielen. Durch die Überlassung an ZwischennutzerInnen wird das Gelände genutzt und zumindest die Betriebs- und Gebäudesicherungskosten können übertragen werden.

Auch für die Stadtentwicklung haben sich verschiedene Vorteile ergeben, die Städte dazu bewegt haben, Zwischennutzung aktiv zu initiieren, zu vermitteln, zu fördern und zu begleiten. Man hofft auf Nischenökonomie. Start-up Unternehmen, kreativen Köpfen und bereits beschriebenen "RaumpionierInnen" wird Raum gegeben sich zu entfalten und ihre Ideen zu erproben. Das temporäre Experiment wird in Zwischennutzungen instrumentalisiert, um den innovativen Charakter bevölkerungsnaher Stadtplanung zu nutzen und "kreative Milieus" zu erschaffen (vgl. Wood 2003).

So wird das "Potential" der PionierInnen und die ehemals anarchistische Stadtentwicklung von unten instrumentalisiert und als Heilmittel für verschiedene städtebauliche Zwecke eingesetzt.

In wachsenden Städten mit Nutzungsdruck, beispielsweise Hamburg oder München, kann dies auf hohem kommerziellen Niveau passieren. Die ehemaligen Hafenflächen der Hafencity Hamburg werden während der Bauphase für künstlerische und kulturelle Projekte zwischengenutzt. Diese sollen das Areal schon im Vorlauf bekannt machen, die Aktionen der KünstlerInnen sollen öffentlichkeitswirksam sein und somit das Image für die Hafencity vorbereiten (vgl. BMVBS 2008).

Schrumpfende Städte können die Zwischennutzung aufgrund fehlender Wirtschaftskraft weniger kommerziell einsetzen, nutzen aber andere Vorteile.

In Großwohnsiedlungen mit hohem Anteil an MigrantInnen hat sich die Zwischennutzung von Rückbau- oder Freiflächen als integratives Instrument für die Umfeldaufwertung und Nachbarschaftsarbeit erwiesen. Eine erfolgreiche Zwischennutzung, die mit Quartiersbewohnern abgestimmt und umgesetzt wurde, trägt zur hohen Identifikation bei, stärkt also den Stadtteil in sozialer Hinsicht.

Zwischen 2002 und 2005 wurden in Dessau, Leipzig und Neu Brandenburg interkulturelle Gärten auf verschiedenen Brachflächen gegründet, teilweise begleitet und initiiert durch das jeweilige Quartiersmanagement oder von Vereinen zur Verständigung und Integration. Die Umsetzungen stießen auf große Zustimmung in der Bevölkerung des Quartiers mit einem hohen MigrantInnenanteil. Deutsche, AfrikanerInnen, ThailänderInnen, OsteuropäerInnen und arabische Bevölkerungsgruppen haben eine gemeinsame Arbeitsbasis, bauen Existenzgrundlagen an und betreiben Austausch und Integration. Die Zwischennutzung ist also eine sehr bürgernahe, integrative und kommunikative Möglichkeit, soziale Impulse in einem Gebiet zu erzeugen. Denn bürgerschaftliches Engagement und bürgernahe Partizipation sind Grundvoraussetzung für Identifikation und somit für eine erfolgreiche Zwischennutzung. Durch weniger formale Ansprüche an die Planung sowie kürzere und einfachere Genehmigungsverfahren eignet sich die Zwischennutzung besonders für die Mitwirkung der Öffentlichkeit an Planung, Umsetzung, Fortführung und Pflege der Projekte. Zwischennutzung hat sich etabliert als Bottom-up-Planungsstrategie zur Förderung endogener Potentiale. Die Liste öffentlich initiiierter Zwischennutzungen ist fast grenzenlos: Skateparks und Jugendzentren für und von Jugendlichen, Kinderauffangstationen in ausrangierten Containerdörfern, Kulturzentren und Galerien in innenstadtnahen Ladenlokalen ohne Nutzung, Anarchie-, Prinzessinnen- und Bürgergärten in Berlin, Halle (Abb. 112) und Leipzig (vgl. BMVBS 2008).



Abb.12

Moderierend und prozessbegleitend hat die öffentliche Hand zusammen mit Zwischennutzungsagenturen Plattformen geschaffen, in denen konkret Raum an ZwischennutzerInnen vermittelt wird. Die formalen Verfahren sind einfacher zu bewerkstelligen, da diese nur temporären Bedingungen genügen müssen. Durch das Agieren der öffentlichen Hand ist die Kooperationsbereitschaft von EigentümerInnen höher, somit auch die Zahl der zur Verfügung gestellten Freiräume⁴.

Ein gelungenes Beispiel für diese Art von "Mietkooperation" ist das Wächterhauskonzept, in Leipzig entwickelt und inzwischen auf verschiedene Kommunen übertragen. 2004 gründeten engagierte BürgerInnen in Leipzig den Verein "HausHalten e.V.", um Kontakt mit EigentümerInnen leerer, verfallender Gebäude aufzunehmen und diese an unkonventionelle Nutzungen zu vermitteln. Die Zwischennutzer haben hierbei geringe Kosten, müssen allerdings kleinere Instandhaltungsarbeiten vornehmen und die Sicherungskosten übernehmen. So "bewachen" sie das Haus, erhalten Funktion und Bausubstanz und können dabei ihre alternativen Ideen auf großer Immobilienfläche umsetzen. Es etablierten sich KünstlerInnen und Theatergruppen, Schreibwerkstätten, Ateliers und Stadtteilvereine. Durch die ehrenamtliche Arbeit des Vereins sind die Verwaltungskosten niedrig, öffentliche Förderung unterstützt das Engagement teilweise finanziell. 11 Wächterhäuser wurden bis 2008 in Leipzig installiert, mehr als 100 Personen nutzen die Räumlichkeiten. Ein Haus konnte sogar aus dem Wächterhauskonzept entlassen werden, da die Nutzungen sich finanziell tragen und ein dauerhaftes Mietverhältnis zustande kam. Für die vertragliche Regelung führte der Verein mit der Stadt den "Überlassungsvertrag" ein (vgl. BMVBS 2008).

Abb.13: Wächterhaus in Halle (Saale)



Zwischennutzung wird also öffentlich initiiert und gefördert als Mittel zum Zweck. Sie erwies sich als geeignete Strategie. Teilweise wird sie "ausgenutzt", da sie der Standortvorbereitung dient und bei Erfolg aufgrund der hohen Nachfrage verdrängt wird. Gesteuerte Zwischennutzungen geben also kurzfristig bürgerschaftlichem Engagement Freiraum, sie können dies auch initiieren. Doch ab einem bestimmten Punkt, angesichts ökonomischer Verwertbarkeit rücken besagte Bestrebungen der Bevölkerung in den Hintergrund, um das Gelände einer (meist ökonomisch) "nachhaltigen" Nutzung zuzuführen. Wenn die Kommune Initiatorin ist, heißt das in vielen Fällen, dass das Fortbestehen der Nutzung an öffentliche Förderung gebunden ist. Viele Zwischennutzungen, die öffentlich gefördert werden, fallen nach den entsprechenden Förderperioden brach (ebd.). Wenn das Bestehen einer Zwischennutzung vom Engagement der Kommune abhängig ist, handelt es sich um eine Raumaneignung *für* die Bevölkerung, und nicht *von* ihr.

Künstlerische Inszenierung von Leerstand

Leere Innenstadtquartiere in schrumpfenden Städten Ostdeutschlands haben bestimmte Voraussetzungen für Zwischennutzungen. Es ist unwahrscheinlich, dass eine direkte gewerbliche Nutzung von Gebäuden erfolgreich etabliert werden kann. Eine temporäre Freizeitmall für gehobenes Publikum, wie der 8 Season Club in der alten Hauptpost in München (vgl. BMVBS 2008) ist bei sinkender Wirtschaftskraft, geringem Einkommen und den sonstigen Rahmenbedingungen nicht erfolgversprechend. Und für direkte Gebäudenutzung fehlt bei massivem Leerstand die Nachfrage von Vereinen, "PionierInnen" oder KünstlerInnen. Jedoch bietet sich gerade Leerstand in dieser Menge zur künstlerischen Inszenierung an. Ob mit Lichtkunst, Fassadenplakaten oder Schaufenstergalerien: Die Folgen und Möglichkeiten der städtebaulichen Schrumpfungsentwicklung können präsentiert und betont werden und müssen nicht unbehandelt "verwesen", ohne dass ihnen Beachtung geschenkt wird. Künstlerische Inszenierung hebt den Spielraum neuzeitlicher Stadtentwicklung in leeren Städten hervor.

Die Leere bietet sich für neue Formen der künstlerischen Stadtgestaltung an, da großflächige Fassaden und Flächen nicht nur frei, sondern auch frei von jeglicher funktionalen Gestaltung sind.

Abb.14: Drive-Thru-Gallery Aschersleben

In Räumen, in denen Wirtschaft und Stadtkonzepte keine Codierung oder Gestaltung des Raumes vorgeben können, bietet sich die Chance auf ungewöhnliche Gestaltungsprojekte und auf experimentelle Interventionen im Stadtbild. Denn wenn funktionslose Ruinen einfach vor sich hin vegetieren, ist das ein städtebaulicher Missstand, ein eindeutiges Defizit und ein Hinnehmen des "Sterbens", ohne jegliche Reaktion.

Erst durch die Inszenierung wird aus dem reinen städtebaulichen Missstand eine Chance. Es wird eine Ausstellung von Leerstandinszenierung geschaffen, und der experimentelle Charakter, die dieser Missstand öffnet wird aktiv behandelt. So kann zum Beispiel ein Pfad aus verschiedenen inszenierten Gebäude- und Industriebrachen gebildet werden, der einen alternativen Stadtpaziergang ermöglicht. Dieser weckt das Bewusstsein für die Chancen dieser Umstände, aber nicht nur durch das Aufzeigen von Verfall, sondern durch Aufzeigen der Inspiration, die dieser Verfall weckt. In der Gestaltung können sich vielfältige Gruppen auf verschiedene Arten beteiligen, sei es mit pädagogischem oder künstlerischem Hintergrund.

"Die häufig anzutreffende Nutzung von leerstehenden Ladenlokalen für Kunstpräsentationen macht nicht nur verödete Erdgeschosszonen attraktiver, sondern spricht zudem auch Menschen niedrigschwellig an, die nicht in ein Museum gehen würden" (BMVBS 2008, S.108).

Aschersleben

Die Stadt Aschersleben in Sachsen-Anhalt hat im Rahmen der IBA 2010 Sachsen Anhalt eine "Drive Thru Gallery" eingerichtet (vgl. Abb. 14).

Der Stadtring soll dabei zur neuen "Visitenkarte" Ascherslebens werden, indem an leerstehenden Häusern entlang des Stadtrings über die Fassaden großteilig Kunst gespannt wird. Wechselnde Ausstellungen machen hier den Autofahrer zum Besucher einer Stadtgalerie (vgl. IBA Büro 2007). "Ziel ist es, Kunstplattformen wie diese als "Reparatur" und temporäre Nutzung im schrumpfenden Stadtkörper einzusetzen. So werden die Fenster leer stehender Häuser als Träger für Kunst genutzt und damit gesichert und aufgewertet, Baulücken durch Bildträger oder dreidimensionale Objekte ergänzt und damit geschlossen. Die DRIVE THRU Gallery ist ein additives System, das von 2007 bis 2010 wächst und flexibel bespielt wird. Dabei bietet die Ortsdurchfahrt mit mehr als 10.000 Fahrzeugen pro Tag eine enorme Besucherfrequenz" (IBA Büro 2007, s.p.).



Ruhrgebiet

Bunte Licht- und Laserbeleuchtungen an Fassaden bei Nacht rücken dunkle Orte in neues Licht, so wie es vielfältig mit Industrieruinen und -denkmälern im Ruhrgebiet praktiziert wird. Gebündelt werden diese präsentiert inmitten eines riesigen Kultur- und Unterhaltungsprogramms bei der jährlichen Nacht der Industriekultur "ExtraSchicht".

"Die ExtraSchicht setzt ehemalige Industrieanlagen, aktuelle Produktionsstätten, Zechen und Halden als Spielorte der Industriekultur geschickt in Szene und verdeutlicht den Wandel von der Schwerindustrie zu einer modernen Wirtschafts- und Kulturregion. Dabei schafft sie eine Atmosphäre, die sich nur im Ruhrgebiet aufgrund seiner Geschichte erzeugen lässt" (ExtraSchicht, s.a., s.p.). Welche Inszenierungen mit Licht und Projektion, in Kombination mit Klang möglich sind, zeigten die Künstler Griduo auf der Zeche Zollverein in Essen, wo sich die Fassade des SANAA- Gebäudes bei der "ExtraSchicht" organisch zu bewegen schien.

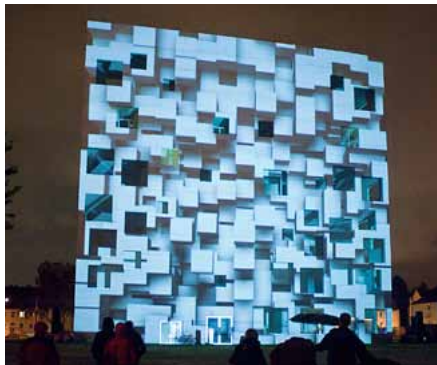


Abb.15: Extraschicht Zeche Zollverein



Rotterdam

In Rotterdam wurde 2004-2006 ein maroder leerstehender Häuserblock ganzheitlich blau gestrichen. Fenster wurden mit Brettern vernagelt, damit eine vollständige Bemalung erfolgen konnte. Es war eine Zwischenlösung, bis weitere Pläne für das Gebiet entwickelt wurden. "Früher war dies eines der unscheinbarsten Viertel Rotterdams, und allein durch das Anbringen eines gerade mal zwei Mikrometer dicken blauen Farbanstrichs wurde es zum meistfotografierten der Stadt" (S AM 2007, S.63).

Abb.16: Beukelsblauw by Florentijn Hofman, Rotterdam



Leerstand lässt sich also künstlerisch inszenieren. Das situationistische Ideal der neuen Perspektiven und der verspielten Stadtkulisse kann sich hier frei entfalten. Die Zweckentfremdung macht einen abrisssreifen Block zum touristischen Highlight. Das Zeugnis für den Niedergang eines Gebiets wird neu inszeniert zur Publikumsattraktion: Ironie der gelungenen Zweckentfremdung. Die Inszenierung von Leerstand ist einfacher umzusetzen, als die ganzheitliche Zwischennutzung, beispielsweise als Kulturzentrum. Vertragliche Regelungen für die Bespielung von Fassaden sind unkomplizierter als für die komplette sichere Gebäudenutzung. Zudem ist Inszenierung vergleichsweise günstig und verschafft Aufmerksamkeit.

Der ökonomische Profit dagegen ist gering, denn es etabliert sich keine direkte ökonomische Nutzung, die ein Mietverhältnis zustande bringt. Die Nutzung ist passiv. Eine Inszenierung kann inspirieren und daher direkte Zwischennutzung anziehen. Es ist also eine Vorbereitung.

"Raumpioniere verteilen sich nicht willkürlich in der Stadt, sondern sind gebunden an räumliche Kontexte, Schlüsseleigenschaften wie Zentralität, Verfügbarkeit von Flächen, Bodenpreise, Anbindung oder auch die soziale Struktur entscheiden wesentlich darüber, ob eine Nutzung sich isoliert entwickelt oder ob sich sogar Nutzungscluster bilden können" (Urban Pioneers 2007, S.43). Oft sind solche Inszenierungen nicht integrativ, da eine Gruppe KünstlerInnen oder PlanerInnen sich Inszenierungen überlegen, bestenfalls im städtischen Kontext. Bewohner selber agieren also nicht bei der Inszenierung, sie "besuchen" nur. Je außergewöhnlicher eine Inszenierung gestaltet ist, desto inspirierender wirkt sie. Je integrativer diese Gestaltung stattfindet, desto höher ist die Identifikation.

2.4 Spiel mit der Leere: Zusammenfassung

- *Welche Chancen bietet die "leere Stadt" für die "Bottom-up-Stadtentwicklung"?*

"Es sind die Inkohärenz und Heterogenität der Phänomene, der Kontrast zwischen hellen und dunklen Ecken, zwischen Hoch- und Subkultur, die eine lebendige Atmosphäre hervorzubringen vermögen. Wir brauchen mehr Lücken und Zerfall" (Krusche 2011, S. 64).

Die Theorien und Stadtvorstellungen der Situationistischen Internationalen waren bewusst radikal. Ihr Gedankengut ist wertvoll, ihre Utopien für städtisches Zusammenleben waren angesichts des damals aktuellen Wachstums von Wirtschaft und Bevölkerung realitätsfern.

Mit den Grenzen von Bevölkerungswachstum und Wirtschaftswachstum sowie wirtschaftlicher Stagnation, die zu einer unausgelasteten physischen Stadtgestalt führen, ist auch die Freiraumqualität der schrumpfenden Stadt neu zu denken. Städte der neuen Bundesländer können in ihrer städtischen Struktur inspirieren.

Die Freiräume für jegliche Art von Interventionen - sowohl kontrolliert, instrumentalisiert oder ungesteuert - sind in der schrumpfenden Stadt großzügiger, risikoärmer und experimenteller zu nutzen.

Jeder Bewohner kann im Möglichkeitsraum "leere Stadt" Raum produzieren, statt ihn zu konsumieren. Diese Vorteile können bei hohem bürgerschaftlichem Engagement und städtischer Kooperation zu einer besonderen städtischen Atmosphäre führen und dabei vielfältigen Gruppen Raum zur Selbstentfaltung geben: Do-it-yourself-Mentalität mit situationistischer Inspiration! Die Bevölkerung hat also mehr Freiheiten, die Stadtentwicklung nach eigenen Vorstellungen mitzubestimmen und anzustoßen: Dies bedeutet mehr Freiheit für die "Bottom-up-Stadtentwicklung".

Temporäre Nutzungen und Interventionen waren immer ein Mittel der an der Stadtplanung nicht Beteiligten. Sie sind in ihrem Ursprung nicht planbar. Die Instrumentalisierung der Zwischennutzung als strategisches Werkzeug macht diese zum "Mittel zum Zweck", es ist Ökonomisierung.

"Eine Aufgabe der Stadtpolitik muss daher lauten, für diese ungeplante spontane Artikulation Freiräume offen zu halten" (Pogoreutz 2006, S. 84). Es gibt einen städtebaulichen "Kult" um die Nische in der Stadt, die flexibel auf die Dynamiken der Stadt reagiert. "Die Planung kann solche Prozesse nur zulassen, aber nur allzu oft verbaut sie sie. Räume des Dazwischens und Zonen des Übergangs zuzulassen und Architekturen zu bauen, die altern können, die Lücken, Zerfall und Zweckentfremdung vertragen, ist das Beste, was die Planung für den Erhalt der urbanen Stadt tun kann" (Häußermann und Siebel 2007, S.139). Die schrumpfende Stadt versucht Urbanität mit ihren Lücken zu erzeugen. Mit Zwischennutzungen kann städtischen Defiziten im sozialen, ökonomischen oder ökologischen Bereich flexibel entgegengesteuert werden. Die Bottom-up-Planung wird instrumentalisiert, um dann wieder Ziele zu erfüllen, die auf höheren hierarchischen Ebenen verfolgt werden.

Zwischennutzung ist aber abhängig vom Initiator. Die Aktivierung und Förderung von kommunaler Seite mit definierten Zielen macht die Zwischennutzung abhängig von öffentlichen Geldern und Betreuung. Und wenn großflächiger Leerstand zu verzeichnen ist, tendenziell wachsend, wird aus der "inspirierenden Lücke" ein "schwarzes Loch", welches sich von alleine vergrößert: Leerstand erzeugt hier mehr Leerstand, und das bei abnehmender Bevölkerung. Die schrumpfende Stadt muss ihren Leerstand also anders "zwischenutzen" als eine wachsende Stadt. Leerstand zieht hier nicht an, sondern ist alltägliches Umfeld. Diese Ausprägung definiert die leere Stadt. Es gibt wenig Alternativen zu der Überlassung von Freiräumen, da der leeren Stadt die Mittel zur eigenständigen Entwicklung von Standorten fehlen.

Künstlerische Inszenierung von Leerstand kann Gebiete attraktiver und alternativer gestalten: zumindest Publikumsfrequenz erzeugen und den Standort beleben. Durch künstlerische Inszenierung von Leerstand wird der Möglichkeitsraum signalisiert und somit der Bevölkerung als interaktives Umfeld angeboten. Dies kann besonders auf die PionierInnen attraktiv wirken, welche die Stadtentwicklung gerne als Katalysator etablieren möchte. Um den "weichen Standortfak-

tor" zu schärfen, soll künstlerische Inszenierung der Bevölkerung überlassen werden. Denn wenn die Bevölkerung selber inszeniert, nutzt sie den Freiraum und nimmt an der Gestaltung oder Inszenierung teil: Es wird von der Bevölkerung inszeniert und nicht für sie. Die Bevölkerung stellt sich in ihrer Stadt aus, denn es existieren Freiräume für eine authentische Bottom-up-Stadtentwicklung.

Besonders im letzten Drittel des letzten Jahrhunderts haben sich Bevölkerungsgruppen herausgebildet, die eigenständiges Interesse und Engagement an Gestaltung und Inszenierung von öffentlichem Raum in der europäischen Stadt zeigen.

Abb.17



Die Freiräume für gestalterische Intervention seitens der Bevölkerung führt zur Untersuchung einer dominanten zeitgenössischen Kunstform im urbanen Raum: Urban Art - ungefragte, spontane und temporäre Raumaneignung und Gestaltung in der Stadt.

Für Urban Art wird in dieser Arbeit ein breiter Rahmen gespannt. Urban Art ist durch Kunst im öffentlichen Raum definiert, und weil Kunst ein dehnbarer Begriff ist und subjektiven Betrachtungsweisen unterliegt, wird Urban Art hier vom Motiv, der Intention, her definiert.

"Urban Art ist die eigenständige intentionelle Gestaltung von städtischem Raum und kann sowohl gefragt als auch ungefragt passieren" (eigene Definition).

Jegliche Form von Signierung, Färbung und Formung des städtischen Umfeldes, also "individuelle Codierung" des Raumes, fällt unter diesen Begriff. Die Absicht, sich selbst oder persönliche Einflüsse im Raum auszudrücken oder zu präsentieren, gefragt oder ungefragt, bedeutet intentionelle Gestaltung von Raum. Diese Intention fällt bis zur "nichtkommerziellen Werbung" unter den Kunstbegriff "ART". Die Verbreitung von Produkten oder politischen Parolen fällt daher nicht darunter, wohl aber sozialkritische Botschaften oder Werbung für das Individuum, sei es nur in Form von einem Namen oder Synonym. Das Motiv ist also entscheidend für die Begriffsdefinierung. Streetart und Graffiti, (als eigenständige intentionelle Gestaltungsformen von städtischem Raum), fallen in dieser Arbeit unter den Begriff Urban Art.

Durch steigendes öffentliches Interesse wird inzwischen mit Urban Art sowohl kommerzielle Werbung als auch politische Werbung betrieben, teilweise in so professioneller künstlerischer Weise, dass die Werbung an sich subtil mitschwingt. Um die Möglichkeiten der Stadtentwicklung mit Urban Art aufzuzeigen, mit Fokus auf die Entwicklung der leeren Stadt, soll das Phänomen hinsichtlich des sozialen Kontextes und der Bedeutung für die Stadt näher untersucht werden.

3. Urban Art

3.1 Signatur - Graffiti in der Stadtentwicklung

*„Weder durch legales noch durch illegales Hervorbringen von Kunstwerken entsteht der Gesellschaft oder dem Einzelnen Schädigung. Hingegen bedeutet deren willentliche Vernichtung Unterdrückung von Möglichkeiten zur Bewusstseinsbildung.“
(Joseph Beuys 1983)*

Graffiti ist nur eine Variante der Urban Art-Raumgestaltung aber aufgrund ihrer städtischen Dominanz global am auffälligsten und aufgrund der Erscheinungsform in der Stadt am umstrittensten. Denn im Urban Art-Bereich ist Graffiti eine eigenständige Subkultur, die sich um Buchstaben und Zeichen dreht und mit der Formung von Namen und Synonymen eine eigene Sprache entwickelt, die für Außenstehende unverständlich ist. „Das Gefühl der gemeinsamen, nach außen verschlossenen Kommunikation durch ein gemeinsames geistiges Gut ist weitaus gefährlicher und subversiver, für die großen Massen der Befehlsempfänger, als die Tatsache der Dekoration mit Schrift. Dass sie diese Schrift nicht lesen können, bringt sie zum Nachdenken“ (Scum 1996, s.p.).



Abb.19: sign the steps, Berlin

Entwicklung

Wandkritzeleien und Wandzeichnungen - so genannte Graffiti - waren vor 1900 Jahren eine alltägliche Erscheinung und zogen offenbar auch keinerlei strafrechtliche Verfolgung nach sich. Davon zeugen zahllose Graffiti im einst verschütteten Pompeji (Hoppe 2009, Gabbert 2007). Von politischen Parolen und Meinungsäußerung über Liebesschwüre bis hin zu Prostitutionspreisen - vieles wurde auf den Wänden verewigt. In den freigelegten Ruinen haben Forscher mehr als 11.000 Exemplare gefunden (vgl. ebd). Der Schweizer Zeichner Rodolphe Töpffer, der als Vorreiter der Comic-Geschichten gilt, verglich schon 1848 die in Pompeji entdeckten Graffiti mit Kinderkritzeleien und der Kunst von Naturvölkern. Daraus schließt er, dass es einen gemeinschaftlichen Ursprung aller Künste und aller Prinzipien von Anmut gibt (vgl. Beforonz 2006). Doch Graffiti hat sich im Laufe der Zeit verändert. Der ursprüngliche Reiz des Ausdrucks und der Kommunikation im öffentlichen Raum ist zwar die gebliebene Motivation, allerdings haben sich die Mittel, Wege und Ausprägungen der Graffiti in der Moderne vervielfältigt.

Als Begründer der zeitgenössischen Graffiti-Form, welche sich sowohl durch „Tags“ mit Stiften und Markern, als auch durch Bilder und Zeichen mit Sprühdose auszeichnet, gilt der New Yorker „Taki 183“. Der Botenjunge Demetrius hinterlies auf seinen Botengängen ab 1970 überall, wohin er kam, den Schriftzug Taki 183. Taki war die geläufige Abkürzung seines Vornamens, 183 stand für die 183. Straße, in der er wohnhaft war. Aufgrund der Massen an Nachahmern, die er fand, gilt er als Initiator des „taggens“ oder „bombens“, denn bald hatten hunderte von New Yorker Jugendlichen ihre Synonyme an den verrücktesten Stellen New Yorks platziert. Um sich von der Masse der Schriften abzusetzen, entwickelten die „Writer“ ihren eigenen Style (vgl. Beforonz 2006, Reinecke 2007). Es entstanden neue Schreibweisen der Zeichen und kalligraphische Ausarbeitungen. Dies war der Beginn des „Style-Writings“, welches sich auch heute noch dominant in den Erscheinungsformen von Graffiti durchsetzt. Graffiti als Ausdrucksform für politische und gesellschaftliche Kritik, wie es durch Punks, aber auch durch andere politisch gegenkulturelle Bevölkerungsschichten praktiziert wird, hat den Fokus nicht auf Stil und technisch individuelle Perfektion, sondern auf dem kritischen Inhalt. Graffiti zur Reviermarkierung von New Yorker Gangs sind ebenfalls zu unterscheiden. Da das Übertreten der Grenzen für andere Gangmitglieder sowie das Übermalen der Bilder von Anderen als Kriegserklärung gilt, die bitter gerächt werden kann (bis hin zum Tod), hat diese Form

der ungeplanten Raumgestaltung mit dem üblichen „Style Graffiti“ wenig gemein (vgl. Reinecke 2007). Allerdings hat die Graffiti-Verwendung von Gangs wesentlich zum schlechten Image von Graffiti beigetragen.

Das Medium Sprühdose hat Graffiti revolutioniert, da mit Sprühlack eine Bandbreite von Materialien gedeckt werden kann, die aufgrund ihrer Beschaffenheit mit sonstigen Mitteln wie Markern, Kugelschreibern, Bleistiften oder Kreide, selbst durch Kratzen nicht beschreib- und bemalbar wären. Die Sprühdose schaffte hier neue Dimensionen. Mit Entdeckungen wie dem „Fat cap“ durch den New Yorker „SUPER KOOL“, der 1972 die standardisierten Sprühköpfe mit denen von Haushaltsreinigern ersetzte und so verschiedene Strichgrößen fabrizierte, erweiterte sich der Horizont der Graffitikunst. Er war somit der Erste, der ein „piece“ malte (vgl. Abb. 21), flächige Bilder mit verschiedenen Farben und Linienbreiten (vgl. Beforonz 2006).



Abb.20: Tag



Abb.21: Piece

Ende der 70er Jahre gab es einen großen Medienrummel um die Graffiti-Szene in New York. Graffiti wanderte in Showrooms und Galerien und wurde fast über Nacht weltbekannt. Viele Graffiti-AktivistInnen distanzierten sich von ihren illegalen Praktiken und widmeten sich dem lukrativen Geschäft in den Galerien. Hier verlor Graffiti erstmals den Bezug zur Straße. Trotz des Rückgangs der Graffiti-welle in den USA wurde die Graffiti-Bewegung auf der ganzen Welt von diesen ursprünglichen Entwicklungen geprägt (vgl. ebd). „Durch die enge Verknüpfung mit dem seit 2000 wieder sehr populären HipHop, erlebt Graffiti einen neuen Boom“ (Reinicke 2007, S. 21).

Die Orte, an denen sich Graffiti ausbreitet sind nahezu grenzenlos geworden. Es wurde wohl jedes Verkehrsmittel schon mit Graffiti versehen, da diese mit den Namen, Bildern und Zeichen als rollendes Museum durch die verschiedensten Orte kreuzen. Selbst Elefanten im Zoo und der Privatjet der Jackson 5 wurden schon „getaggt“, damals vom Amerikaner Darryl Mc Cray, der mit dem Synonym CORNBREAD schon in den 60ern bekannt wurde. Er demonstrierte den Reiz an der Herausforderung, den Namen nicht irgendwo, sondern an besonderen Orte zu platzieren, die damit besonders viel Ruhm und Aufmerksamkeit mit sich bringen (vgl. ebd.). Jegliche Art von Stadtmöbel, jegliche Art von funktionalen Infrastrukturobjekten im öffentlichen Raum, von Strommasten über Schranken und Zäune bis hin zu Mülltonnen sowie alle Arten von Fassaden, Mauern und flächenhaften Objekten werden mit Graffiti gestaltet. Die Ausprägung kann mehr oder weniger kunstvoll ausfallen, abhängig von Legalität oder Illegalität, von Anspruch und Motivation und nicht zuletzt vom Auge des Betrachters.

AkteurInnen

Graffiti lässt sich keiner Bevölkerungsgruppe eindeutig zuordnen.

„Graffiti entstehen unabhängig von gesellschaftlichen Schichten, Hautfarben, Nationalitäten, politischer Einstellung, religiöser Orientierung oder dem Geschlecht“ (Beforonzi 2006, S.7).

Aber Graffiti ist eine Männer-Domäne. In England waren nur 0,7 % der verhafteten SprayerInnen weiblich, was vornehmlich an den harten Arbeitsbedingungen des illegalen Hobbys liegt (vgl. Reinecke 2007). Die Frauenquote ist im legalen Feld höher, aber statistisch nicht erhoben. Das Buch *“Graffiti Woman”* zeigt die Frauen der Szene weltweit mit ihren Werken (vgl. Ganz und Grow 2008). Die AkteurInnen "stammen zum Teil aus gutsituationierten Familien, aber auch aus Familien mit sozialen und anderen familiären Problemen oder leben von der Familie getrennt in Jugendwohnungen oder anderen Einrichtungen. Die Bildungsspanne reicht vom Jugendlichen ohne Schulabschluss bis zum Abiturienten oder Studenten“ (Beforonzi 2008, S.208). Die Form von Graffiti und die Perfektion hängen oft vom Alter ab. Tendenziell sind die Älteren der Szene technisch und gestalterisch sehr anspruchsvoll, aufgrund ihrer Erfahrung und der langjährigen Auseinandersetzung mit der Kultur. AnfängerInnen, sogenannte "Toys", wollen oft nur den Kick ausprobieren oder zerstören. Ihnen ist die Intention und die Kultur der Graf-

fitimalerei noch nicht bekannt, und auch nicht alle wachsen dort hinein. Allgemein lässt sich festhalten, dass der größte Teil der Graffiti- SprayerInnen Jugendliche und junge Erwachsene sind (vgl. ebd).

"Es gibt vereinzelt Writer, die freie Kunst studieren oder studiert haben. Auch das durchschnittliche Alter der AktivistInnen ist durch die Etablierung vom legalen Sprühen heute höher. Es gibt nun also neben vielen AktivistInnen die ausschließlich illegal arbeiten, eine Gruppe die weiß, wie das Kunstfeld funktioniert und die eine Karriere in diesem Feld anstrebt" (Reinecke 2007, S. 32). Durch ihre gestalterischen Tätigkeiten arbeiten viel Graffiti-AkteurInnen als GrafikerInnen und IllustratorInnen oder im Bereich Design und Mediengestaltung (vgl. ebd.).

Intention

Graffiti ist eine Methode zur Kommunikation im öffentlichen Raum. Der Graffiti-forscher Baudrillard wies darauf hin, dass alle Medien einer öffentlichen Zensur unterliegen. Demgegenüber steht die Straße als sozialer öffentlicher Raum jedem offen, so dass jede/r PassantIn mit den Graffiti konfrontiert wird. „Man könnte daher die Straße als einzig authentisches Mittel zur Massenkommunikation bezeichnen“ (Baudrillard 1978, S.101). Graffiti arbeitet oft mit Buchstaben-codes, so dass die Kommunikation nur für Interessierte oder SzenenmitgliederInnen identifizierbar ist, andere Botschaften werden in Bildern oder lesbaren Zeichen an die Öffentlichkeit gerichtet.



Abb.22: Kommunikation der Straße:
Face says Hello to Prost, Berlin 2011

Graffiti ist auch ein „Spiegel einer verborgenen Kultur“ (Beforonzi 2006). Es ist eine Art des Umgangs der AkteurInnen mit ihrer Rolle in der anonymen Großstadt, die nach ihrem Empfinden von unpersönlicher Architektur durchzogen ist. Durch ihre Aktivität des persönlichen Zeichensetzens experimentieren sie mit den von der Gesellschaft vorgegebenen Grenzen und überschreiten diese. Graffiti wird gehäuft in Medien als Subkultur mit eigenen Regeln und einer individuellen Sprache dargestellt. Werbung im öffentlichen Raum und Graffiti haben Gemeinsamkeiten. Beide versuchen die Aufmerksamkeit von Passanten oder Interessensgruppen auf sich zu lenken. Besonders in der Auswahl der Orte hat sich die Graffitibewegung als hochkreativ bewiesen und damit die Werbebranchen inspiriert. Auch linguistisch sind hier Gemeinsamkeiten erkennbar, denn beide Gruppen bedienen sich der Kürzel. Werbetexter reduzieren ihre Aussage auf einen einfachen Slogan oder Abkürzungen, um ihr Produkt wettbewerbsfähig prägnant zu benennen und zu vermarkten (vgl. ebd.). Zurecht steht oft die Frage bei der Diskussion um Graffiti im Raum, warum Werbefirmen den öffentlichen Raum nach ihrem Belieben mit Reklame "gestalten" dürfen, ohne den Nutzer des öffentlichen Raumes zu fragen. Weil das Individuum nicht die ökonomische und politische Macht besitzt, wird es von der Gestaltung des Raumes ausgeschlossen, während Firmen ihre Produkte dem Nutzer im öffentlichen Raum "aufoktroieren" dürfen, ohne dabei den Passanten, den Konsumenten und den letztendlich mit dieser Raumcodierung Konfrontierten oder darunter „Leidenden“ zu fragen: eine kapitalismuskritische Einstellung, mit der die subversive Störung der Zeichen begründet werden kann.



Abb.23: Störung von Zeichen

"The people who run our cities don't understand graffiti, because they think nothing has the right to exist unless it makes a profit. The people who truly deface our neighborhoods are the companies that scrawl their giant slogans across buildings and buses trying to make us feel inadequate unless we buy their stuff."

(Banksy 2005, S.12)

Ästhetisch betrachtet ist Graffiti eine innovative Form der Volkskunst. Aus welchem Motiv heraus es auch entsteht, es ist Engagement und Partizipation an der Gestaltung des städtischen Umfeldes. „Vergleichbar mit Gartenzwergen in Vorgärten resultieren Graffiti teilweise aus dem Bedürfnis und dem Wunsch, den eigenen Lebensraum individuell nach dem eigenen Geschmack mitzugestalten, Graffiti als Aufschrift gegen die verordnete Hässlichkeit der Städte“ (Beforonzi 2006, S.10). Dieses Zitat ist ähnlich kontrovers zu behandeln wie die gesamte Graffiti Diskussion, da die persönliche Wahrnehmung von Graffiti nicht immer positiv ausfällt. Teilweise wird sich aufgrund ihrer Illegalität auch nicht darauf eingelassen. Eine relativ positive Wertung können die Bild-Graffiti (piece) bei der Bevölkerung hervorrufen, im Gegensatz zu den Schrift-Graffiti oder „Tags“ (vgl. ebd.). Diese einzelnen, aber aufgrund der schnellen Anbringung massenhaft vorhandenen Schriftzüge fallen in der Bevölkerung am negativsten auf. Jeder kennt sie. Diese Tags sind geschriebene Namen im individuellen Stil des „Writers“. Für den ungeübten Betrachter sehen sie nach „Gekritzeln“ ohne jegliche Bedeutung und Anspruch aus, und das massenhafte Auftreten verursacht die meisten und flächigsten Schäden. Es scheint schwer zu vermitteln, dass diese einzelne Linie, genauso viel „Style-Ästhetik“ enthält wie ein riesengroßes, buntes und aufwändig gemaltes Bild, nur in der abstrahiertesten Form: eine Linie in einer Farbe. Aufgrund des größeren Aufwandes und der Erscheinung der bunten Bildgraffiti wird in ihnen auch außerhalb der Graffiti Szene oft eine Bereicherung und Verschönerung des Raumes gesehen (vgl. ebd.).



Abb.24+25: Tag und Piece

Stadtentwicklung

„Gesellschaftspolitisch stellen Graffiti ein nicht steuer- und regelbares Irritationsmoment dar, aufgrund der fehlenden personalen Zurechenbarkeit von Handlungen und Handlungsfolgen“ (Beforonzi 2006, S.8). Was kann Graffiti für die Stadt tun und umgekehrt? Im Folgenden wird dargelegt, wie Graffiti die Stadtentwicklung beeinflusst.

Sachbeschädigung:

In erster Linie beeinflusst Graffiti das Stadtbild. Der kritischste Punkt, unter dem Graffiti in der Stadtentwicklung behandelt wird, ist die Sachbeschädigung. Graffiti in Deutschland verursachten 2005 einen Schaden von 500 Millionen Euro. Die Hälfte der Kosten trugen private Eigentümer (vgl. Haus&Grund 2005). Meist ist der Schaden von Graffiti visuelle Beeinträchtigung. Die Objekte werden in ihrer Substanz und Funktion nicht beeinträchtigt. Schaden ist in diesem Fall also vor allem subjektive Wahrnehmung, die aber sehr verbreitet scheint. Vor allem in der westlichen Welt werden Graffiti mit hoher Aufmerksamkeit kontrovers diskutiert, was daran liegt, dass Geld und Eigentum als hohe Güter verfassungsrechtlich geschützt sind. (vgl. GG Art. 14) Im Sinne des Eigentumsschutzes bedeutet dies, dass der Eigentümer keinen ungefragten Eingriff von außen auf sein Eigentum dulden muss.

„Wer sich über diese Grenzen hinwegsetzt, wenn auch nur mit der Intention, auf sich aufmerksam zu machen oder seine Existenz und Kreativität zu dokumentieren, indem er private oder öffentliche Flächen durch seine Graffiti okkupiert, ist gesellschaftspolitisch nicht tragbar und wird strafrechtlich verfolgt“ (Beforonzi 2006, S.8).

Abb.26



Orte:

Graffiti findet vorwiegend in Großstädten statt (vgl. Reinecke 2007). Dies liegt mitunter an der Bevölkerungsdichte, auch an der damit verbundenen Dichte der Graffiti-Szene sowie an der urbanen Inspiration, der Anonymität und den sozialen und kulturellen Mischungen.

Des Weiteren ist ein Zusammenhang zwischen dem Besprühungsgrad und der Lage des Gebiets festzustellen. Mit zunehmender Entfernung vom Zentrum werden weniger Häuser besprüht, unabhängig vom Vorhandensein einer offiziellen Fläche (vgl. Sackmann 2006). An bestimmten Orten zentriert sich Graffiti, besonders beliebt sind abgelegene Ecken und leerstehende beziehungsweise vernachlässigte Räume. Daher wird oft die These vertreten, dass das Erscheinen von Graffiti in Gegenden mit sozialen Defiziten einhergeht.

"Im Broken-Windows Theorem gilt Graffiti als ein Zeichen des Verfalls öffentlicher Räume" (Sackmann 2006 S.4). Die in den 80ern entwickelte Theorie bringt Graffiti unmittelbar mit Verbrechen und sozialem Abstieg in Verbindung. Graffiti als Zeichen der Verwahrlosung würde, ebenso wie zerbrochene Fensterscheiben, Verbrechen anziehen. Diese Theorie der amerikanischen Kriminologen James Wilson und George Kelling führte zum verschärften Vorgehen der Polizei gegen Graffiti-AktivistInnen bis hin zur "Null-Toleranz" (vgl. Banksy 2005). In verschiedenen Studien zeigt sich, dass sozial benachteiligte Quartiere großflächiger und mehrheitlich mit Graffiti versehen sind, als sozial besser gestellte Stadtquartiere (vgl. Sackmann 2006). Es wird nicht nur auf mangelnde soziale Kontrolle zurückgeführt, sondern auch auf weniger Möglichkeiten der Freizeitgestaltung in besagten Quartieren. Daher suchen sich vor allem Jugendliche ihre Hobbys auf der Straße, tendieren eher zu Vandalismus und malen Graffiti. "Gemeinhin sieht man Graffiti als Kunst vom Rande der Gesellschaft, die es Schlechtergestellten erlaubt, in der ihr eigenen Ausdrucksform auf soziale Probleme aufmerksam zu machen" (Stagl 2007, s.p.).

Doch wie oben erwähnt kann man Graffiti nicht eindeutig einer sozialen Schicht zuweisen. Selbst die Anschaffung des Materials ist kostenaufwändig, ein umfangreiches Bild kann schnell zwischen 50 und 100 Euro kosten. Zur mehrfachen Duplizierung eines Schriftzugs allerdings reicht schon eine einzelne Dose mit Sprühkopf, die gewöhnlich unter fünf Euro kostet.

Die Zuordnung von Graffiti zu sozial benachteiligten Bevölkerungsgruppen ist also falsch. Das Graffiti in deren Gegenden gehäuft auftritt, heißt

nicht, dass nur die Bewohner diese produzieren, sondern dass sich Graffiti aller Schichten diese Orte suchen, um hier zu "arbeiten". Graffiti kann abwerten und sogar Mietminderungen erzeugen. Aus städtebaulicher Sicht wäre Graffiti somit ökonomische Abwertung von Gebieten (ein geeignetes Anti-Gentrifizierungsinstrument). So entschied ein Kölner Amtsgericht: "Ist der Eingangsbereich eines Miethauses durch Farbschmierereien verunziert und fast dauernd mit Hundekot verschmutzt, kann dies fünf Prozent Mietminderung rechtfertigen..." (Urbanshit 2010, s.p.)



Abb.27+28: Graffiti als "Farbschmiererei"

Auf der anderen Seite lassen sich in gentrifizierten Stadtteilen ostdeutscher Großstädte (Berlin/Leipzig/Halle) aber auch in London, Bristol, und New York hohe Aufkommen an Graffiti feststellen (vgl. Reinecke 2006, Banksy 2005). Banksy erhielt Post, in der er gebeten wurde, nicht in der Nähe des Betroffenen weitere Bilder zu malen, wegen laufender Mietpreissteigerung (vgl. Banksy 2005). Graffiti kann demnach auch Teil des Aufwertungsprozesses sein, also ökonomisch für die Stadt verwertbar sein, da durch Graffiti anarchistischer Flair und künstlerischer Wildwuchs signalisiert wird, der zum "Szenekarakter" eines Gebiets beitragen kann.



Abb.29+30: Graffitikunst als Szene-Indikator (Halle/Rom/Bochum)

Abgelegene Quartiere und Räume sind aufgrund der mangelnden sozialen Kontrolle und Eigentumssignalisierung prädestiniert für Graffiti. Graffiti kann daher als Zeichen für urbane Lücken dienen, in denen Funktion und Kontrolle nicht ausreichend gesichert sind. Die Entwicklung dieses Ortes zu einem Ort des Verbrechens oder einem Ort der Kunst und des Austausches hängt von etlichen Rahmenbedingungen des sozialen und baulichen Umfeldes ab. Allerdings kann festgehalten werden, dass ein gehäuftes Auftreten von Graffiti mit einem hohen Anteil an Jugendlichen und jungen Erwachsenen korreliert ist, da diese die HauptakteurInnen der Graffiti-Kultur sind. Graffiti kann -im positiven Sinne ausgedrückt- ein kreatives Jugendpotential signalisieren. Durch diese Zweischneidigkeit von Graffitiwirkung ist die Stigmatisierung von Graffiti als Abwertung nicht zu rechtfertigen. Es als Aufwertung zu betrachten, ist genauso unzutreffend. Festzuhalten ist, dass Graffiti Urbanität erzeugt: Zeichen von städtischem Leben, welche je nach räumlichem Zusammenspiel negativ oder positiv wirken können.

Zeitzeuge:

Graffiti sind authentische Spiegel zeitgenössischer und vergangener Kultur. Aus einer grauen Wand lassen sich weniger Informationen zu den kulturellen Ausprägungen ableiten, als aus einer bemalten. Die ungefragte Anbringung dieser Bilder und Zeichen ist ein hoher Authentizitätsfaktor, da diese nicht den Regelungen von Kontrolle und Zensur unterliegt. Der Schweizer Harald Naegeli wurde schon in den 80ern mit seinen Strichmännchen bekannt, die er mit der Sprühdose im öffentlichen Raum malte. 2004 hat der Kanton Zürich in der Schweiz das letzte dieser Strichmännchen in der Heimatstadt Nägelis restaurieren lassen und somit als Zeitzeugnis konserviert (vgl. Tagesanzeiger 2009).

Weltgrößtes Graffitiobjekt der Welt ist die Berliner Mauer (Abb. 31). Ab 1976 wurden Teile der Mauer von westlicher Seite her bemalt. Sowohl professionelle KünstlerInnen, HobbymalerInnen oder politische AktivistInnen gestalteten diese Mauer bis zur Wende. Es war offenes und unbewachtes Territorium, oft wurden Bilder schon am nächsten Tag von neuen KünstlerInnen übermalt. Nach der Wende wurde auch der Ostteil besprüht, doch Abbrucharbeiten und Mauerspechte limitierten die Zeit der Mauer als legale Leinwand mit historischem Bezug. Es blieben nur noch wenige Mauersegmente übrig, darunter die „East

Side Gallery“. Diese wurde im Laufe der Jahre von professionellen KünstlerInnen gestaltet, die sich der historisch bedeutsamen Thematik widmeten. Das Bemalen der Mauer außerhalb dieser Kunstevents ist untersagt. Die „East Side Gallery“ ist die bekannteste und längste Open-Air-Gallery der Welt. Während andere Städte Millionen für die Reinigung von Graffiti ausgeben, investiert Berlin ähnliche Summen für den Erhalt und die Förderung dieser Mauerkunst (vgl. Spiegel Online, 5.11.2009).

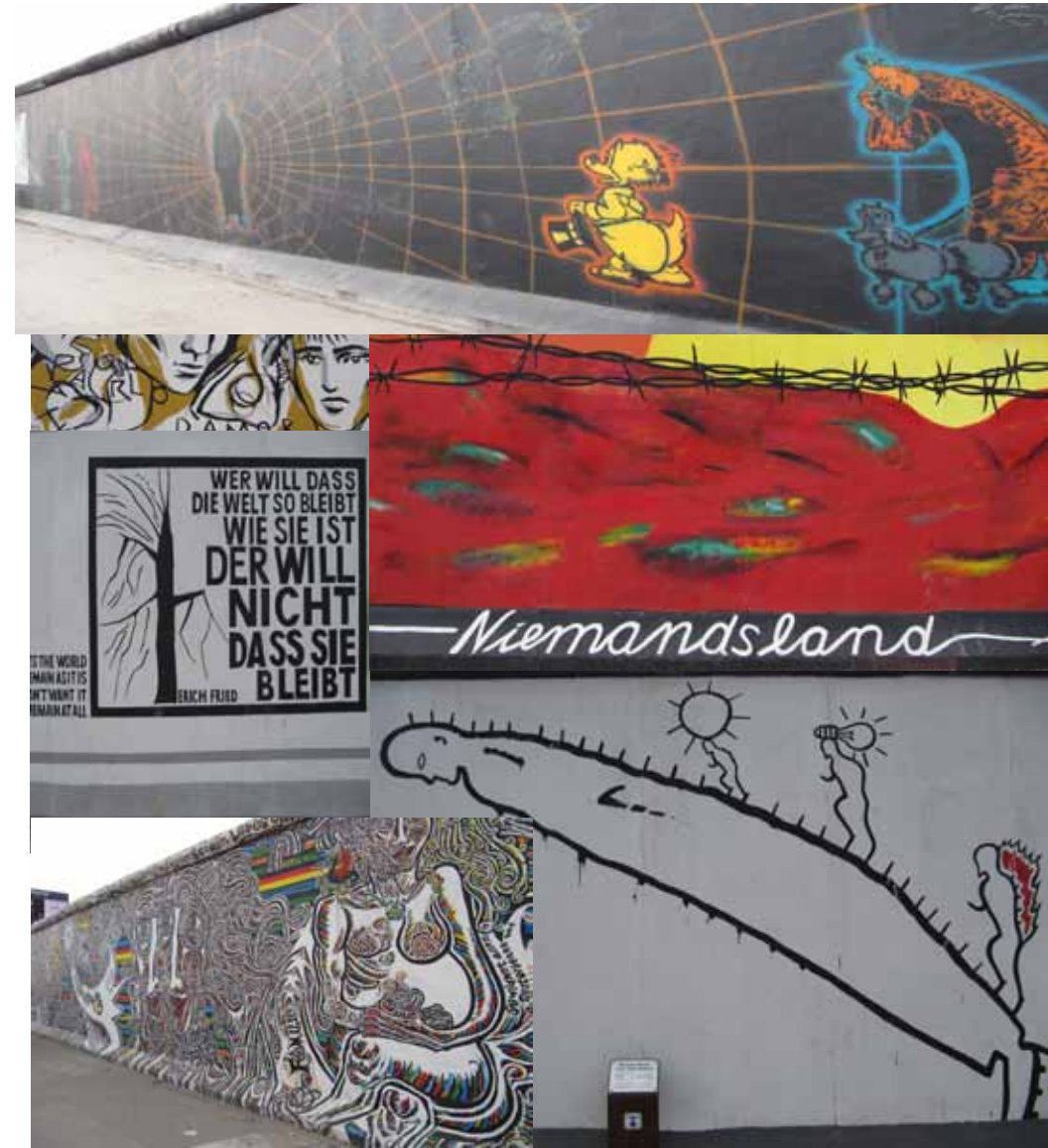


Abb.31: längstes Graffitiobjekt der Welt: East Side Gallery Berlin

Den erhaltenen Graffiti in Pompeji wird hohe wissenschaftliche Aufmerksamkeit geschenkt, da diese Auskunft über Gesellschaft, Politik und Lebensstil der Antike geben. Graffiti kann somit als kulturelles Erbe gesehen werden. Sowohl die antiken Pompeji-Graffiti, als auch die Berliner Mauer-Graffiti zeigen historische Entwicklungen auf und sind authentische Zeitzeugen. Diese Bedeutung von Graffiti für zukünftige Generationen wird vermehrt durch Aufrufe im Internet gefördert: "[...]an alle Graffiti KünstlerInnen: Bitte schreibt, malt, sprayt und kreiert ganz tolle Graffiti, damit die Leute in 1000 - 2000 Jahren auch einen guten Eindruck von uns bekommen!" (Graffiti World 2010, s.n., s.a.)

Aufwertung durch Legalität - Hall of fame:

Städte haben sich dem Graffiti-Phänomen gewidmet und teils zur Förderung, teils mit Präventionsintention legale Flächen eingerichtet: die sogenannte „Hall of Fame“. Hier können Graffiti-Maler ihrer Kunst legal nachgehen und auch ihre Technik verbessern.

Durch die Legalität kann der Maler ungestört ohne Druck seine Bilder produzieren. Somit steigt die Qualität der Bilder und führt zu einer Veranschaulichung der Graffiti-möglichkeiten für das breite Publikum. Eine Hall of Fame steigert also die Transparenz und wird oft als Umfeldverschönerung wahrgenommen, aufgrund der hohen Bildqualität und des Legalitätsstatus.

„Künstlerisch gestaltete, legal angebrachte Graffiti sind neben anderen Kunstwerken im öffentlichen Raum Ausdruck städtischer Kultur“ (Potsdam.de, s.n., s.a.). Da die freigegebenen Flächen meist verschönerungsbedürftige Mauern in Quartieren sind, kann die Hall of Fame als kostenloses Museum mit Umfeldverschönerungseffekt gesehen werden, dass durch Eigenengagement junger Bevölkerungsgruppen entsteht, denn die Zeit und die Mittel stellen sie unentgeltlich zur Verfügung. Inzwischen hat fast jede Gemeinde mindestens eine legale Fläche zum Bemalen, häufig gekoppelt an Jugendinstitutionen. Im Internet finden sich mehrere Foren, die Auskunft über legale Flächen in verschiedenen Städten und Regionen geben⁵.



Abb.32

⁵ vgl. graffiti-legal.com, graffiti-info.de

Jugendarbeit mit Graffiti:

„Man kann Graffiti nicht abschaffen, da es sich um eine Subkultur handelt, die für einen großen Teil der Jugendlichen sehr wichtig ist“ (Beforonzi 2006, S.204). Graffiti ist ein beliebtes Mittel der Jugendarbeit. Mit betreuten Projekten, Workshops oder legalen Wänden an Jugendzentren werden Jugendliche von der Straße geholt und über Graffiti die Gestaltungsfähigkeiten gefördert. In der Jugendarbeit soll auch der Wert und der Inhalt von Graffiti vermittelt werden, um sinnentleertes Nachahmen von Medieneinflüssen zu verhindern. Zugleich werden hier die Folgen von illegalem Graffiti aufgezeigt und Prävention betrieben, während Technik und Stil gefördert werden. Auch Jugendliche, die eigentlich nicht zu Graffiti tendieren, können auf dieser legalen sozialpädagogischen Basis an die Kunst herangeführt werden und ihr kreatives Potential entdecken. In Kooperation mit der Stadt werden häufig vernachlässigte Flächen, Spielplätze oder Stadtmöbel in Graffitiworkshops gestaltet, was zur hohen Identifikation der Jugendlichen mit dem Umfeld beiträgt, da diese selbst mitgestalten können. So kann durch die Gestaltung das Umfeld und gleichzeitig das negative Image von Graffiti verbessert werden. Durch die offizielle Betreuung zeigen auch Erwachsene ein neues Interesse für die Graffitikunst, die Jugendarbeit ist also transparenzsteigernd. Aufgrund der Ungewöhnlichkeit dieser Kunstform, wird der Reiz der Sprühdose als sehr guter Zugang zu Jugendlichen in der Jugendarbeit eingestuft, vor allem im Vergleich zur herkömmlichen Malerei oder Gestaltung (vgl. Süß 2006).

Stadtgestaltung und Stadtmarketing - Graffiti als Imagefaktor:

Durch Kooperation von Stadt und KünstlerInnen werden häufig Gebäude von professionellen MalerInnen gestaltet. Im Vergleich zu Restauration oder ganzheitlich-einfarbigem Anstrich durch Malerfirmen ist die Bemalung durch Graffiti oft kostengünstiger und dabei farbenfroher mit thematischem Kontext. Der Graffitiverein (vgl. Abb.33) fördert die Zusammenarbeit und die Umsetzung solcher Arbeiten und hat ein Archiv über die verschiedenen Projekte, in denen alle Arten von Gebäuden und Infrastruktur auf hohem Niveau gestaltet wurden.



Abb.33: Graffiti e.V. aus Leipzig

Es gibt verschiedene Festivals, die Graffiti zelebrieren und auf künstlerischem Level austragen und demonstrieren. Die Stadt kann durch Unterstützung und Flächenfreigabe hier gezielt und kontrolliert Defiziträume gestalten und zumindest temporär beleben. Es haben nicht viele Städte das Potential sowie das Publikum, um diese Art der subkulturellen Gestaltung imageprägend einzusetzen, wie beispielsweise Berlin. Jedoch kann mit der öffentlichen Unterstützung von Graffiti und deren Veranstaltungen Stadtmarketing in Quartieren mit entsprechenden Zielgruppen (Jugendliche, junge Erwachsene, Studierende) betrieben werden und so das Image hinsichtlich subkultureller Offenheit prägen.

Die Ausstellung *“Urban Discipline”* in Hamburg versammelte bis 2002 Graffiti-MalerInnen aus verschiedenen Ländern und stellte deren Arbeiten eine Woche lang aus, verbunden mit begleitendem Workshop- und Liveprogramm. "Künstler wie Zedz aus Amsterdam, Banksy aus England, Stak aus Frankreich, Nami/La mano aus Spanien, Nina, Herbert, Vitche, die Os Gemeos aus Brasilien und viele andere Künstler aus allen Teilen der Welt zeigten auf beeindruckende Art und Weise, wie vielfältig sich Graffiti interpretieren lässt" (Urban Discipline 2002, s.p.).

Die Veranstaltungsreihe *“Write 4 Gold”* organisiert jährlich Wettbewerbe in städtischen Umfeldern. 2009 fand der Graffitiwettbewerb in Halle an der Saale statt. Hierbei wurde der Garagenkomplex Karolinstraße in Halles Plattenbaugelände Halle Neustadt als Austragungsort gewählt. 150 Sprayer traten hier an. Diese konnten nicht nur ihre Fähigkeiten messen, sondern gleichzeitig dem Garagenhof eine einmalige Kulisse beschieren.

Graffiti bietet also Chancen für die Stadtentwicklung, es wird aber ein bewusster Umgang und eine neutrale Einstellung von kommunaler Seite vorausgesetzt. Graffiti ist in großen Teilen Kunst, und Kunst setzt sich sehr oft problematisch und rebellisch mit den gesellschaftlichen Rahmenbedingungen auseinander. Städte haben dies erkannt. In Wien wurde 2006 eine Straße in „Graffiti-Straße“ umbenannt, womit die Förderung und die Akzeptanz gegenüber der Subkultur signalisiert wird. Wien hat Graffiti offiziell als „Kunst“ und „Ausdrucksform von Jugendkultur“ anerkannt (vgl. Häupl, s.a.).

Andere Städte verfolgen weiterhin eine Null-Toleranz-Strategie und übermalen selbst vom Eigentümer genehmigte Bilder. Graffiti muss ins städtische Konzept und in die Ideologie passen, damit die Potentiale richtig genutzt werden können. So kommt es, dass Sydney als Stadt der klassischen Hochkultur keinerlei Toleranz zeigt, während Wien, Berlin oder Potsdam als künstlerische Meltingpots mit hohem StudentInnen- bzw. KünstlerInnenanteil sowie den entsprechenden

Räumen und Nischen, Graffiti fördern und als Imagefaktor nutzen. Diese Städte sind dennoch Standorte von Hochkultur, ähnlich wie New York, die Wiege des neuzeitlichen Graffiti. Jedoch setzen sie in ihrer Stadtentwicklung (im Gegensatz zu Sydney oder München) auf ihr subkulturelles Potential zur Imagebildung und Attraktivitätssteigerung für besagte Zielgruppen. Graffiti und Hochkultur können also nebeneinander existieren, wenn die entsprechenden Gruppen vorhanden sind und die Stadt sich einzeln den Entwicklungen dieser Potentiale widmet. Eine Stadt kann mit der Toleranz gegenüber Graffiti das Image festigen, sowohl hinsichtlich Akzeptanz von Jugend- und Subkultur als auch gegen diese. Wenn aber die straflichen Regelungen hinsichtlich Erwerb und Gebrauch von Markern und Sprühdosen erhärten, werden diese AkteurInnen nicht von ihrer Faszination weichen, sondern nur noch schneller produzieren (Sackmann 2006). Die Qualität würde sinken aufgrund des Verfolgungsdrucks. Das Resultat ist mindere Qualität und gesellschaftliche Abneigung. Wenn man sich als Stadt entschliesst, toleranter mit dem Graffitisyndrom umzugehen, kann das erhöhend auf die Zahl von Graffiti wirken. Durch Freigabe werden mehr Menschen mit der Beteiligung konfrontiert und interessierte Gruppen können sich mit der Kunstform auseinandersetzen, was sie aufgrund gesetzlicher Folgsamkeit nicht illegal praktizieren würden. Mehr Akzeptanz heisst höhere Qualität, die dann genutzt werden kann um qualitativ in der Stadt zu arbeiten. Aber bis dahin ist es ein langer Weg, denn Jede/r fängt unten an, und der Weg zum Profi bringt Kollateralschäden mit sich.

3.2 Entfremdung – Streetart in der Stadtentwicklung



Abb.34

Streetart formt den zweiten Kern von Urban Art, denn Streetart deckt in seiner Ausdrucksform die Methodenvielfalt zur Gestaltung urbanen Raumes großflächig ab. Zwar sind die Wurzeln oft die gleichen wie die von Graffiti und eine klare Trennlinie lässt sich letztendlich nur schwer zwischen den beiden Phänomenen ziehen, doch hat Streetart durchaus andere Ausprägungen und wird bevorzugt seit Anfang des neuen Jahrtausends von Medien und Kunstwissenschaften untersucht und öffentlich thematisiert (vgl. Schmidt 2008). Berichterstattungen über und Wirkungen von Streetart differenzieren sich von den Untersuchungen des Graffiti-Phänomens, auch wenn beide Gemeinsamkeiten aufweisen.

Streetart kann als Weiterentwicklung des Graffiti gesehen werden. Sie wird ebenfalls illegal im Raum platziert und stellt damit Gestaltungshoheiten und staatliche Raumcodierung in Frage. Streetart nutzt bei den Arbeiten im Raum vielfältigere Mittel als die Graffiti-Szene, die vorwiegend Sprühdosen und Marker benutzt. Die AktivistInnen dieser Szene benutzen Schablonen, Aufkleber und Poster, auch Farbe und Sprühdosen, aber genauso gehören Installationen im öffentlichen Raum zu dieser Kunst. (vgl. Reinecke 2007). Die neuste Form der Streetart ist "Knit-Graffiti", in der Stadtmöbel, Bäume oder Fortbewegungsmittel in der Stadt eingestrickt werden (vgl. Abb 36).

Abb.35



Abb.36



Wie sich bei den Beispielen zeigt, handelt es sich bei Streetart um meist bildliche Darstellungen die mit dem Ort spielen, diesen entfremden oder in neuem Kontext zeigen. Streetart ist aufgrund seiner Bildlichkeit der breiten Masse zugänglicher (vgl. Gabbert 2007, Reinecke 2007).

Die Unterschiede zu Graffiti sind die Fülle an Techniken, mit denen Streetart praktiziert wird, die oft direkte Interaktion mit dem Raum, den Streetart gestaltet, und die Bildlichkeit, die für die Nutzer des öffentlichen Raumes interpretierbarer ist, als die oft kryptischen Zeichen der Graffiti-Szene (vgl. ebd.). Zwar mögen farbige und technisch hochwertige Bilder der Graffitiartists eher als Bilder anerkannt werden, doch handelt es sich bei den Motiven weiterhin um Buchstaben. Graffitibilder werden oft mit Charakteren verbunden. "Doch die Characters dienen lediglich dazu, den Schriftzug unter der Fülle der Bilder herausstechen zu lassen" (Beforonzi 2006). Also dienen die Characters eher als Blickfang, während im Zentrum weiterhin der Schriftzug stand. "Streetart ist der Übergang von den Buchstaben zum Charakter" (Gabbert 2007, S.17).

Abb.37: Streetart



Abb.38: Graffiti



Streetart wird weitgehend als "Bildsprache" gesehen, deren visuelle Codes und Nachrichten auch außerhalb der Szene von BetrachterInnen zu lesen sind. Die Suche nach Ruhm, auch "Fame" genannt, ist das Motiv, dass die AktivistInnen beider Szenen in den öffentlichen Raum treibt. Des Weiteren sind die ungefragte Raumaneignung, die Erstellung auf eigenen Kosten und der Zugang außerhalb des etablierten Kunstbetriebes Gemeinsamkeiten von Streetart und Graffiti. Beides sind globale Phänomene (vgl. ebd.).

Streetart verfeinert den Ortskontext, denn "Streetart reflektiert im Vergleich zu Graffiti die Umgebung mehr und bezieht sie direkt in ihre Arbeiten mit ein" (Gabbert 2007, S. 52).

Es steht fest, dass viele Graffiti-MalerInnen auch im Bereich Streetart tätig sind. Es gibt andere Streetartists, die nie Kontakt zu der Graffitiszene hatten und die auf andere Art andere Botschaften ("messages") überbringen wollen.

Entwicklung

Da keine genaue Herkunft von Streetart definierbar ist, ist auch die Entstehung nicht genau dokumentiert. Sie ist aus Einflüssen verschiedener Kulturen und Quellen entstanden.

"Als Mutter von Streetart kann man Graffiti benennen" (ebd., S.11). Mit dem oben beschriebenen Boom von Graffiti im New York der 70er Jahre sind auch die ersten Werke, die man heutzutage, bei der Erforschung des Phänomens Streetart dieser zuordnen würde, entstanden. Der genannte Schweizer Harald Naegeli sprühte 1977 seine Strichmännchen. Die SituationistInnen malten oder installierten schon in den 60ern ungefragt systemkritische Kunst im öffentlichen Raum und entfremdeten Werbebotschaften, um ihrer Kapitalismuskritik und ihrer spielerischen "Derive" Ausdruck zu verleihen. Ihre Art der Stadtgestaltung sowie die verbundene stadt-ästhetische Wahrnehmung weist starke Parallelen zu Streetart auf (vgl. Reinecke 2007). In den 80er Jahren reifte die Schablonentechnik. Hier war es Streetartists möglich, Bilder im öffentlichen Raum zu platzieren, ohne die Sprühtechnik zu beherrschen. Daher wurden hier auch Gruppen außerhalb der Graffiti-Szene aktiv. Zwischen 1984 und 1987 prägte in Paris die Gruppe Pochoirs mithilfe dieser Schablonentechnik das Stadtbild, der bekannteste unter ihnen war Blek le Rat (vgl. Gabbert 2007).

Shepard Fairey, der als Pionier der Plakatstreetart gesehen wird, fing 1989 an, die Werbekampagne OBEY Giant zu plakatieren (Abb. 39). Mit dem Motiv des Wrestlers Andre the Giant aus Russland schaffte er eine Marke ohne jeglichen Produktbezug. Weltweit ist der Feldzug der OBEY-Kampagne in Städten zu sehen (ebd.). Er setzt sich von Beginn an mit der Wirkung von Werbung und Logos auseinander und inszeniert Marketingtechnik und Branding (vgl. Schmidt 2008).



Abb.39: Shepard Fairey in Berlin

Streetart verbreitet sich weltweit in den Städten der westlichen Welt. New York, Barcelona, Berlin und London sind die Zentren dieser künstlerischen Subkultur. Unterstützt wird das Phänomen von "Mutter" Graffiti. Denn bei der Fülle von Schriftzeichen und Buchstaben im öffentlichen Raum sind die bildlichen Darstellungen visuelle Neuheiten, die für die Bevölkerung dazu noch identifizierbar sind, und durch ironisch-kritische Aussagen als visuelle Sensation fungieren (vgl. Gabbert 2007). Digitale Techniken vereinfachten das Herstellen von Vorlagen, Schablonen und Stickern. Drucktechniken halfen zur schnellen Reproduzierung. Gegen Ende der 90er gelang Streetart der offizielle Durchbruch mit der Betätigung der Streetart-Ikone Banksy (vgl. ebd.). Dessen Werke werden aus den Mauern Londons "herausoperiert" und dann bei Ebay zur Versteigerung mit 30.000 Euro Startgebot inseriert. Ausstellungen in der Tate Gallery sowie Preise über mehrere 100.000 Euro bei Sotheby's für seine Werke sind die Lorbeeren der Arbeit. Brad Pitt und Angelina Jolie lassen sich ihr Schlafzimmer von ihm bemalen, und auch seine Filmproduktion "exit through the gift shop" lief erfolgreich Ende 2010 in den Kinos an.

Abb.40: Banksy

"Der Mitherausgeber der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, Frank Schirmmacher, stellt Banksy in die Reihe von Roy Lichtenstein und Andy Warhol und meint: das Credo von Warhol und Roy Lichtenstein hat er [Banksy] verstanden wie überhaupt kein anderer. Vielleicht ist er der erste, der über sie hinausgeht" (Schirmmacher 2007).



Diese subversive, inhaltlich oft provokante Kunstform hat es in nur 10 Jahren als Phänomen urbaner Kunst- und Kommunikationsguerilla in etliche Pop-Magazine und Feuilletons geschafft (vgl. Schmidt 2007, Hoppe 2009).

Streetart ist in der Hochkultur angelangt. Wie positiv sich der Ruf von Streetart in der breiten Bevölkerung entwickelt hat, zeigt sich an den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten, für die sie inzwischen genutzt wird. Private InteressentInnen lassen sich ihre Zimmer besprühen, und im badischen Dorf Goldscheuer am Rhein wird sogar die Innengestaltung einer Kirche innerhalb des Renovierungsprozesses einem Streetartist überlassen (vgl. Abb. 41). Stefan Strumbel, ebenfalls ursprünglich aus der Graffitiszene wird dabei nicht nur farblich die Kirche mit Sprühdose und Schablonen gestalten, sondern auch die Skulpturen mit LEDs unterstreichen - alles offiziell genehmigt vom Ordinariat, dem erzbischöflichen Bauamt (vgl. Platthaus 2011).

Streetart hat es nicht nur in die renommierten internationalen Galerien geschafft, sondern hält auch Einzug in die Sakralräume, in die Anlaufstellen aller gesellschaftlichen Schichten.



Abb.41

So ist es kein Wunder, dass sich die Streetartszene mit Kommerzialisierungsvorwürfen auseinandersetzen muss, da sich Werbefirmen der Streetart bedienen, um ihre Produkte zielgruppenentsprechend "in Szene" zu setzen. Auch der Vorwurf der Gentrifizierung stellt die Szene auf eine harte Probe, da Streetartwerke sich in Gentrifizierungsgebieten zentrieren, und damit die Unterstellung "Yuppiesierung" einhergeht (vgl. Reinicke 2007). Dieser Vorwurf und die Herleitung werden im späteren Verlauf des Kapitels behandelt.

Außerhalb dieser Stars, deren Werke auch in der Hochkultur hoch gehandelt werden, dominiert die Szene, die ohne Lohn und direkter Anerkennung ihrer Mission im Raum nachgeht. "Sicher fallen einige große Exponate jedem ins Auge, doch die unglaubliche Fülle an Werken und Akteuren erschließt sich erst bei der gezielten Suche oder dem Blick eines Wissenden" (Gabbert 2007, S.7). Ob Löcher in Gebäuden mit Legosteinen gefüllt, Automobile zu Ratten umgestaltet, oder mit Schablonen auf ganz normale Wände das offizielle "Graffiti-Wand-Siegel" der lokalen Gemeinde aufgetragen wird - der Spielraum und die Grenzen von "Post-Graffiti" sind nahezu grenzenlos. Es wird auch gestrickt.

AkteurInnen

Das gehäufte Vorkommen von Streetart in einem Quartier oder in einer Gegend gibt Hinweise auf die soziologische Struktur des Gebietes. Das gehäufte Auftreten lässt auf eine vitale Szene schließen und auf Bevölkerungsanteile, die diese Kunst schätzen oder zumindest tolerieren. Streetart-AkteurInnen weisen ein soziologisch greifbareres Profil auf als die GraffitiaktivistInnen. Dies bedeutet, dass Streetartists einer homogenen Gruppe entspringen oder dass sich allgemeinere Aussagen zu den AktivistInnen der Streetart machen lassen als zu den AktivistInnen der Graffiti-Szene.

In der wissenschaftlichen Untersuchung des Streetartphänomens hat die Subkultursoziologin Julia Reinicke Feldforschung betrieben und unter anderem herausgefunden, dass die AkteurInnen der Streetart Graffiti-Writer waren, die mit höherem Alter ihren Anspruch weiterentwickelt haben. Viele arbeiten jetzt im Feld der Design-, Grafik- und Illustrationsbranche. Des Weiteren agieren Studierende in genannten Bereichen mit Streetart, und auch Studierende der Kunst wählen Streetart, um ihre Arbeiten im öffentlichen Raum zu präsentieren. (Reinecke 2007). Die amerikanische Streetarkünstlerin "Swoon" beispielsweise

hat in Brooklyn freie Malerei studiert (Abb.41). Die bekannteste weibliche Akteurin im Feld der Streetartists arbeitet mit Posterstreetart (Paste-up) und hat ihre künstlerischen Wurzeln fernab von Graffiti (vgl. Bloom 2008).

Abb.42: Posterkunst von Swoon



"Die größte Gruppe der Streetart-Subkultur besteht aus jungen Erwachsenen, die von der Graffitikultur und oft auch von der Skatekultur kommen, mittlerweile Kommunikationsdesign, Grafikdesign, Illustration oder ähnliches studieren (oder bereits beendet haben) und nun Logos, Schriftzüge oder Charaktere in die Straßen kleben, plakatieren, sprühen oder malen" (Reinicke 2007, S. 105). Auch die Neulinge, von denen viele wie bei Graffiti aufgrund von Trends und Peergroups nur kurzweilig dabei sind, sind gehäuft Studenten und Kunst- oder Grafikinteressierte. Die ethnologische Herkunft spielt dagegen bei Streetart keine Rolle (vgl. ebd.).

Also betätigen sich im Feld der Streetart junge Erwachsene, die im Design-, Grafik- oder Kunstbereich tätig sind oder studieren, beziehungsweise lernen. Richard Florida würde sagen: junges, kreatives Potential!

Intention

Streetart ist ungefragte Intervention im urbanen Raum, die sich mit vielfältigen Mitteln gegen die hegemoniale Codierung des Raumes wehrt und mit ihren Werken die Öffentlichkeit anspricht und oft provoziert (vgl. Gabbert 2007, Hoppe 2009, Reinecke 2007).

Decodierung:

Durch Streetart wird Raum ungefragt angeeignet und umcodiert. Das heißt, städtischer Raum in Form von Wänden, Stadtmöbeln, Laternen, Mülleimern und sonstigen Objekten wird gestaltet oder umgestaltet. "So sprechen nicht wenige Streetart AktivistInnen davon, dass es ihnen um eine aktive und egalitäre Partizipation an der städtischen Öffentlichkeit gehe" (Schmidt 2008, S.195). Die Aneignung und Umcodierung der Orte ist in vielen Fällen direkter Protest an der hegemonialen Gestaltungshoheit im öffentlichen Raum. Ein Beispiel hierfür ist ein Streetartist in Berlin, der 2003 alle Texte von Werbeplakaten auf dem Alexanderplatz überstrich, so dass die Bildmotive sinnentleert für sich selbst standen und jegliche Art von Kontext fehlte. Als einige Tage später an diesen Plakaten der Schriftzug "freaksgallery" auftauchte, wurde den Plakaten ein neuer Bezug gegeben. Denn die bezugslosen Plakatgestalten und Motive fungierten nun als Zombies in der Berliner Innenstadt. Hier wurden erst die Codes von Werbeindustrien gestört und danach neu codiert. Aktionen wie diese "unterlaufen die herrschende Sinnstruktur des Ortes, die sich entlang der kapitalistischen Funktionalität der Stadt ausrichtet und weisen diesem Ort einen neuen Sinn zu" (ebd., S. 196).

Somit ist Streetart eine situationistische Kunstform mit einem Großteil an gemeinsamen politischen Idealen und Kritiken. Unbewusst oder bewusst decodieren Streetartist (und Graffiti-AkteurInnen meist unbewusst auch) urbanen Raum: Stadtspiel mit Zeichen und Ordnung. Die *dérive* und das *détournement*, Streifzüge und Zweckentfremdung verbinden diese beiden Gruppen unmittelbar (vgl. Gabbert 2007, Reinecke 2007).

Botschaft:

Neben der Raumaneignung und Umdeutung will Streetart oft eine Botschaft transportieren, die sogenannte "Message". Diese wirkt nicht so dominant wie geschriebene Parolen, sondern meist subtiler. Im Gegensatz zu Graffiti ist die Message hier inhaltlich tiefer und verständlicher platziert (vgl. Schmidt 2008). Gemeinsam ist jedoch die Kritik an Gestaltungshoheit und Ausschluss sonstiger Gruppen, sowie die Flüchtigkeit, Vielfalt und der Moment der Überraschung (vgl. Hoppe 2009). Für Streetartists ist es wichtig, ihre Message in einem unverfälschten Licht zu transportieren, daher agieren sie illegal in ihrem Schaffen. Denn offizielle Kunst im öffentlichen Raum erfüllt aufgrund mangelnder Konsensfähigkeit weder den/die KünstlerIn, noch das bevormundete Publikum. Der Einsatz von Kunst zur Umfeldaufwertung, der Künste als Heilmittel einsetzt, soll verschönern ohne in irgendeiner Art anstößig zu sein (vgl. ebd.).

Kommunikation:

Ähnlich wie Graffiti ist Streetart auch ein Kommunikationskanal in der Stadt. "Streetart funktioniert oft nicht nach dem Prinzip der Ein-Weg-Kommunikation, in der Botschaften nur von SenderInnen zu EmpfängerInnen transportiert werden, sondern versucht vielmehr Impulse für eine Interaktion mit ihren BetrachterInnen zu schaffen" (Schmidt 2008, S. 196). Im Gegensatz zu Werbung oder städtisch-offizieller Gestaltung, die eine Interaktion oder ein direktes Feedback hinsichtlich ihrer Wirkung ausschließen, versucht Streetart Aktivität und Interaktion zu mobilisieren. In Berlin Friedrichshain malte 2003 der Streetartist "Linda's Ex" etliche Botschaften an seine fiktive Ex-Freundin Linda und inszenierte so einen persönlichen Seelenstriptease über seine private Tragödie. Diese Botschaften wurde vielfältig von der Bevölkerung wahrgenommen und interpretiert. Genauso vielfältig waren die Reaktionen, die auf diese Botschaften an den Wänden entstanden. Von "Scheiß auf Linda" bis "ist es dir mit Linda so ergangen wie mir mit Marc?" waren alle Arten von Antworten vorhanden (Schmidt 2008, S. 197).

In Halle hat ein Streetartist etliche Gebäude mit Fliegen plakatiert. Nach einiger Zeit stellte sich eine Reaktion ein, denn ein weiterer Streetartist (Karl Toon) war durch diese Idee inspiriert, diese Fliegen mit einer Comicfigur mit Fliegenklatsche zu jagen. Also druckte er diese auf Poster und suchte sich die Stellen der "Fliegenschwärme" um diese mit seiner Figur zu ergänzen (vgl. Abb. 43).



Abb.43

"So entwickeln sich kleinteilige Kommunikationsstrukturen, wie sie symptomatisch für die 'neuen' Kieze (urban villages) geworden sind, in denen modernistische Funktionsteilungen zugunsten von Durchmischung und Vielfalt aufgehoben sind" (Hoppe 2009, S.2).

Werbung:

Auch die Werbeindustrie hat Streetart für sich entdeckt. Durch das Werben mit Streetart wird der Konsument auf einer alternativen Schiene mit Werbung konfrontiert. Firmen, die Produkte vermitteln wollen, welche primär Jugendliche oder Subkulturen ansprechen, werben über dieses Medium, um sich als authentische Marke zu demonstrieren und um eine Zielgruppe anzusprechen, die auf herkömmliche Werbemöglichkeiten nicht anspricht oder aufgrund der Sehgewohnheiten sogar "immunisiert" ist. Schon im Kontext mit Graffiti wurde angesprochen, dass sich Werbung und Graffiti stark gegenseitig beeinflussen. Um Aufmerksamkeit zu erregen, schauen sich Urban-Artists und Vertreter der Werbebranche voneinander Tricks ab, auch was die Auswahlstrategie der Orte betrifft.

Streetart lässt sich subtil zum Werben nutzen, da direkt in dem Streetartwerk die Werbung integriert ist (vgl. Schmidt 2008). Die Firmen "erreichen durch solche "Guerilla-Marketing-Aktionen" mit wenig Geld auf dem direktesten Wege ihre KundInnen" (ebd., S.197). Daher hat das Zukunftsinstitut⁶ 2007 Handlungsanweisungen veröffentlicht, wie Firmen ihre Produkte über Streetart an die entsprechenden Zielgruppen herantragen kann (vgl. ebd).

Die Szene selber wehrt sich gegen diese Kommerzialisierung ihrer Arbeiten. Streetart als Werbemedium wird verachtet, und Werbung ist das beliebteste Feindbild. "Man will die Omnipräsenz der Reklame brechen und einen Gegenpol, ein Gegengewicht zur Werbung im öffentlichen Raum bilden" (Schmidt 2008, S.198).

Abb.44: Die Modelabels Ecko, ZooYork und Nike mit Streetartwerbung



Man kann sagen, dass Werbung Streetart legitimiert, da die Werke großteilig Kritik an dieser üben. Reklame "repräsentiert den kapitalistischen Funktionalismus innerhalb der Stadt, gegen den sich die Streetartists wenden" (ebd, S.198). Streetart ist als Gegenwerbung zu verstehen (vgl. ebd.).

⁶ Das Zukunftsinstitut wurde 1998 gegründet und gilt heute als einer der einflussreichsten Think Tanks in der Zukunfts- und Trendforschung

Vergänglichkeit:

"Die Halbwertszeit von Streetart auf der Straße ist gering" (Gabbert 2007, S.20). Genauso wie Graffiti ist Streetart vergänglich. Die Vergänglichkeit ist hier differenzierter zu betrachten, da Poster schneller zerrissen werden oder durch Witterungseinflüsse schnell verwittern. Aber auch gemalte Stücke, wenn sie sich überhaupt an einem Ort gegenüber neuen Streetart- oder Graffitiwerken behaupten können, verblassen oder "bröckeln" mit der Zeit. Die Vergänglichkeit ist in der Streetart ein prägendes Motiv. "Es lohnt sich viel mehr der Öffentlichkeit etwas Zerbrechliches zu geben, es ihr auszusetzen und irgendwann verwittern zu lassen, als Arbeiten zu machen, die ganz langsam austrocknen, bis sie irgendwann eines Tages restauriert" sagt der Streetartakteur Boxi (Boxi in: Heinicke und Krause 2006, S.66).



Abb.45: einige Streetart-Werke sind durch ihre Machart nur von kurzer Dauer



Abb.46: Bilder mit Sprühfarbe sind beständiger, verblassen aber oder werden übermalt

Viele Wirkungen von Streetart in der Stadt ähneln den Wirkungen von Graffiti. Der Tatbestand der Sachbeschädigung ist im Kapitel über Graffiti erläutert worden und übertragbar auf Streetart. Allerdings ist hier die Verfolgung teilweise nicht so scharf, da Poster und Aufkleber subtiler und reversibler wirken als Graffiti. Andere Werke wie die Schablonengraffiti der Streetartists beeinträchtigen visuell und materiell genauso.

Orte:

Demnach beeinflusst auch Streetart das Stadtbild. Wo sich Werke der Streetart-AkteurInnen sammeln entstehen Freiraumgalerien (vgl. Abb. 47), oft zentriert an Orten mit Graffiti. Diese Museen der Straße sind für Jeden kostenlos nutzbar und konfrontieren das Publikum direkt im Raum, unter anderem Menschen, die von sich aus nicht in ein Museum gehen würden. Inzwischen hängt Streetart nicht mehr nur mit den Subkulturen der Straße zusammen. Es werden viele Werke und KünstlerInnen in offiziellen Galerien vertreten. Das Phänomen wechselt also von der Straße ins Museum (vgl. Reinecke 2007).



Abb.47: Museum in der Straße

Event und Sponsoring:

Es haben einige Festivals im Streetartbereich stattgefunden, in denen internationale Streetartists in und zusammen mit Städten große Brandschutzwände gestalteten. Diese Events werden zahlreich privat finanziell unterstützt. Die "Urban Discipline" wurde 2002 von Eastpack und Carhartt gesponsert, die Schuhfirma Royal Elastics sponsorte "Streetwise 2" und "Streetwise 3". Eine große Sportartikelfirma richtete sich eine eigene Galerie in Berlin Mitte und Kreuzberg ein, um 2005 die zwei Brasilianer Os Gemeos auszustellen" (Reinicke 2007, S.139). Zwar wird innerhalb der künstlerischen Szene dieses Sponsoring kritisch betrachtet, da man auf keinen Fall als Werbeträger oder Motor für Subkulturkapitalismus oder "Differenzkapitalismus" fungieren möchte (vgl. Schmidt 2008). Doch in diesem Konflikt befinden sich weite Teile des Kunstfeldes. Wie sich herauskristallisiert, gibt es ein hohes ökonomisches Interesse an Streetart und dem subkulturellen Potential der Szene. Die Stadt kann dieses Interesse nutzen, um mit Streetart Stadtverschönerung zu betreiben, Förderung für diese künstlerische Intervention zu aggregieren und dabei noch im Festivalformat hohe Medienpräsenz aufzuweisen. Hier soll darauf hingewiesen werden, dass bei solchen Festivals die Creme de la Creme versammelt und der Bewohner reiner Konsument der Veranstaltung ist.

Fame Festival (Italien)

Fame (englisch "Ruhm", italienisch "Hunger") ist ein Streetart-Festival, welches von einem einzigen Solo-Künstler organisiert und finanziert wird. Es findet im tiefen Süden Italiens in der kleinen Stadt Grottaglie statt, welche ursprünglich für ihr Keramikhandwerk bekannt war.

"The idea is to host the artists for variable length of time (from 1 to 4 weeks) and to offer them the cooperation of the local artisans for the production of pottery works and limited edition prints. Furthermore the artists will have at their disposal several walls to paint around the city, in order to upgrade a few areas which are aesthetically depressed. At the end of their stay, everything created, including new original artworks, screenprints and ceramic pieces made with the collaboration of local artisans will be showcased in a final group show. it will take place in one of the most ancient ceramics workshop of the area, the opening is set to be on the 25th of september." (Fame Festival, s.a., s.p.)

Das Festival geht 2011 zum vierten Mal an den Start, und es erfreut sich immer größerer Beliebtheit, was den Organisatoren andererseits zu schaffen macht. Denn der Reiz ist auch die Provokation, die eine Horde KünstlerInnen in der Stadt (selbstverständlich malend) signalisiert (vgl. Abb. 48/49).

"After the first two years we've spent struggling to make it work, the third year it worked so well that it just got immediately boring. people [sic] in town were happy, we've had a great response from outside and everybody had a nice pretty smile for us. Nonsense. We're not decorating the city, we dont [sic] want to make anybody happy (at least not on the short term). we [sic] just want to make shit happen, destabilize, possibly destroy" (ebd. s.a., s.p.).

Die Szene öffentlicher Raumgestalter und Kunstguerilleros wehrt sich also zunehmend gegen den Aufwertungscharakter ihrer Intervention. Die Lenkung von Streetart zur städtischen Entwicklung wird kritisch betrachtet, funktioniert aber, kaum verwunderlich, stehen doch auf dem Line-up 20 der renommiertesten internationalen Streetartists. Solche Einstellungen von KünstlerInnen sind aus stadtplanerischer Sicht problematisch, da sich teilweise gegen den Aufwertungseinsatz gewehrt wird, sie verstehen sich nicht als Dekorateure.



Abb.48+49

Backjumps: the live Issue- urban communications and aesthetics

Backjumps ist eine Streetartreihe aus Berlin, die immer wieder Ausstellungen und auch Workshops organisiert, um mit Streetart zu entfremden, zu verschönern und die Öffentlichkeit einzuweihen. 2003 ging die erste Backjumps-Ausstellung ins Rennen und war ein großer Erfolg. Backjumps informierte dabei über ein weites Feld der Urban Art Kultur stellte zusammen mit den AkteurInnen verwandter Subkulturen (HipHop, Skateboarding und Kunst) ein großes Programm aus Workshops, Spaziergängen, Diskussionen, Filmvorführungen und Urban Art Gallerien vor.

Nach dem großen Erfolg wurden in der zweiten Auflage im Jahr 2005 Brandschutzwände zur Verfügung gestellt, die von internationalen Streetartists gestaltet wurden. Eine Freiraumgalerie entstand, verstreut über Berlin. Die Streetartstars "Os Gemeos" aus Brasilien sowie "The London Police" aus England sind nur zwei Gruppen der teilnehmenden KünstlerInnen. Nach dem Event konnte vermehrt der Einsatz von Streetart in der Stadt beobachtet werden. Solche Aktionen kann die Stadt zur direkten Umfeldaufwertung nutzen, die vergleichsweise kostengünstig ist, da Streetartaktionen oft von Firmen oder Kulturinstitutionen gefördert werden. Backjumps legt immer noch neue Veranstaltungsreihen auf, dabei aber weniger öffentlichkeitswirksam und eher informativ in ihren Workshops für alle Altersgruppen. So veranstalteten sie in den neuen Reihen Workshops für Kinder sowie Ausstellungen über Sehgewohnheiten und Zeichen im öffentlichen Raum, die sich einem größeren Feld als Urban Art widmen (vgl. Backjumps s.a.).

Auffällig ist dabei, dass Organisation und Finanzierung privat gestemmt wurden und die Stadt wenig direkten Einfluss ausübte. Demnach ist das Interesse der Stadt an solchen Impulsen zu forschen oder zu investieren gering, nicht zuletzt aufgrund der Reibungen, die ein solches Event wegen negativer Graffiti-Lobby in der Öffentlichkeit verursachen kann.

Zudem kann Streetart auch im herkömmlichen Sinn als Umfeldaufwertung abseits vom Rampenlicht und großen Eventcharakter dienen. Aufwertungsprogramme in sozial benachteiligten Stadtgebieten arbeiten oft gemeinschaftlich mit der jungen Bevölkerung und Streetart an dem Umfeld: besonders temporär ungenutzte Flächen können auf diese Weise integrativ gestaltet werden, und den Beteiligten die Basiskenntnisse über Streetart und die Raumwahrnehmung demonstrieren.



Abb.50: Blu, Os Gemeos und Shepard Fairey in Berlin

Streetart und City Branding: Stadtmarketing

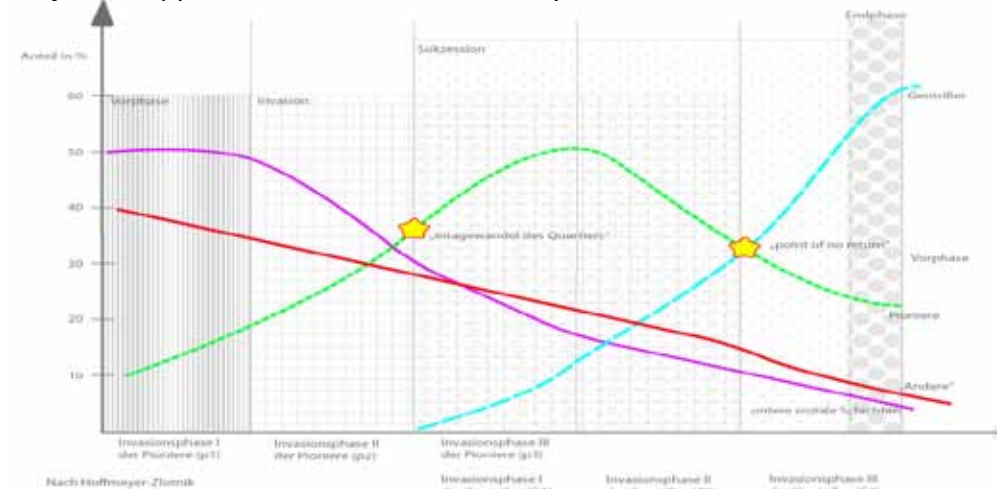
Da Streetart visuell die Stadt beeinflusst und prägt und auch im Kunst- und Kulturgesehen Aufmerksamkeit erzeugt, kann eine Stadt, wenn sie sich dieser Kunstform öffnet, Streetart in ihr Stadtmarketing einfließen lassen und damit am Image mitwirken. Durch Ausstellungen oder Events kann eine Stadt, ähnlich wie Firmen, eine gewisse Zielgruppe junger Erwachsener ansprechen und auch anziehen, beziehungsweise ihre Offenheit gegenüber der Streetart und ihr verwandter Subkulturen vermarkten. Berlin dient hier mit den aufgezeigten Beispielen als Vorbild. Die Hauptstadt hat sogar einen Streetart-Stadtführer, der speziell auf den Streetarttourismus ausgelegt ist. Somit erweitert Berlin das Kulturprogramm der Stadt und schafft alternative Tourismusrouten, mit denen ein breiter gefächertes Publikum angesprochen wird.

Der Einsatz von Streetart im Stadtmarketing lohnt sich nicht für jede Stadt. Es muss ein endogenes Potential vorhanden sein, das die Zielgruppe oder das Interesse an solchen Kunstformen signalisiert. Die sonstige Profilierung des Stadtimages muss sich mit Streetart-Branding kombinieren lassen. Berlin, für seine Kunst- und Subkulturszene weltweit bekannt, kann sein Image kompatibel mit Streetart fördern. Es gelten die gleichen Voraussetzungen für die städtische Arbeit wie bei Graffiti. Für Städte, in denen Streetartvorkommen ungewöhnlich ist und deren Stadtentwicklungsfokus auf naturnaher Erholung (Kurort) und klassischer Hochkultur liegt, bietet sich dementsprechend Streetart nur geringfügig zur Marketingarbeit an.

Gentrifizierer oder Kreativwirtschaftsmotor

Die Ausrichtung von Streetart als Aufwerter von Stadtquartieren erklärt den Gentrifizierungsverdacht, der mit Streetart in Verbindung gebracht wird. "Weltweit lässt sich verstärkt seit dem Jahr 2000 ein neues Phänomen in den Straßen der gentrifizierten Stadtteile beobachten. In der Nähe von Kunstgalerien und Treffpunkten junger Designer sammeln sich künstlerisch modifizierte Postaufkleber, ausgeschnittene Poster und mit Hilfe von Schablonen gesprühte oder per Hand gezeichnete Bilder an" (Reinicke 2007, S.1). Dieses Phänomen taucht in zahlreichen Vierteln in New York, London und Berlin auf, welche dem Gentrifizierungsvorwurf unterliegen. Es wäre übertrieben zu behaupten, dass Streetart diesen Prozess ausgelöst habe, oder gar "schuld" daran sei, allerdings ist die Kunst in den Gentrifizierungsprozess involviert. Die genannten Soziologen Alisch und Dangschat beschreiben in der Theorie den Verlauf der Gentrifizierung mit dem doppelten Invasions-Sukzessionszyklus.

Grafik 3: Doppelter Invasions-Sukzessionszyklus



Dabei wird ein sozial schwaches Stadtquartier durch den Zuzug von KünstlerInnen und StudentInnen sowie sonstigen "PionierInnen" (grün), meist aufgrund günstiger Mietkonditionen und interkultureller Prägung aufgesucht (Alisch und Dangschat 1996). Hier zeigen sich Profilähnlichkeit von PionierInnen, Streetartists und von Teilen der Graffiti-AkteurInnen. Daher ist die Annahme berechtigt, dass diese AkteurInnen sich mitunter in der Gruppe befinden, die die Gentrifizierung einleiten. Das Viertel verbessert sein Image, und es ziehen immer mehr Menschen aus der Mittelschicht zu, die "Gentrifier" (blau), die einen hohen Bildungsstatus und entsprechendes Einkommen haben: kinderlose Paare mit urbanen Lebensstil, die innerstädtische Lebensqualität suchen und Alteingesessene (rot/violett) verdrängen.

Szenekieze, wie sie bekannt sind (Berlin Prenzlauer Berg, Friedrichshain, Kreuzberg, Hamburg Gängeviertel, London Shoreditch), etablieren sich im multi(sub)-kulturell-künstlerischen Umfeld, und es entsteht ein kreatives Milieu, welches Streetart praktiziert oder von dieser angesprochen wird. Graffiti ist in all diesen Gebieten vor und während des Gentrifizierungsprozesses ein begleitendes Merkmal. Vor dem Aufwertungsprozess oft aufgrund mangelnder sozialer Kontrolle vorhanden, bleibt Graffiti auch während des Prozesses aktuell und trägt mit einsetzender Streetart zu dem "alternativ-künstlerischen" Charakter des Quartiers bei. Streetart kann als Standortfaktor für die Kreativwirtschaft gesehen werden. In Richard Floridas Standorttheorie etabliert sich die Kreativwirtschaft in Standorten mit einem hohen Anteil der "Kreativen Klasse".

Diese Kreative Klasse setzt sich aus Menschen in kreativen Berufen wie Design, Medien, Technik, Bildung und Forschung zusammen (vgl. Florida 2002). Kurz: Menschen mit Innovationspotential (die Definition der Kreativen Klasse ist genauso vage wie die Eigenschaft, die dieser Gruppe anhaften soll).

Um als Stadt in Zukunft wirtschaftlich zu prosperieren, muss sie möglichst Viele dieser Kreativen Klasse anziehen. Hier spielt die zunehmende Bedeutung von weichen Standortfaktoren in der Stadtentwicklung eine Rolle. Denn nach Florida zieht eine Stadt mit einem hohen Anteil an kultureller Mischung (Melting Pot Index), an Schwulen und Lesben (Gay Index) und an KünstlerInnen und alternativen LebenskünstlerInnen (Bohemian Index) die Kreative Klasse an. Diese sucht ein gemischtes, alternatives Umfeld, welches ihre Wohnstandortentscheidung wesentlicher prägt als der Ort des maximalen Verdienstes - so Floridas These (vgl. Florida 2002 und 2005).

Diese Theorie setzt sich zusammen aus dem zeitgenössischen Hype der Kreativwirtschaft, aus der Pluralisierung der Lebensstile sowie aus der Bedeutung weicher Standortfaktoren. Florida ergänzt diese Theorien mit einer soziologischen Mobilitätstheorie, wie sich das "kreative Humankapital" (die wohl treffendste Umschreibung der Kreativen Klasse) im Raum bewegt. Viele Beispiele in Berlin, London, New York aber auch Halle, Leipzig oder Köln zeigen, dass diese Theorien ihre Berechtigung haben. Die stadtökonomische Aufwertung und Belebung mit der Etablierung kreativer Szenen ist in vielen Großstädten zu beobachten.

Florida sieht also in dem Anteil der Homosexuellen, der interkulturellen Bevölkerung und der KünstlerInnen und Boheme den Anreiz für den Zugang der Kreativen Klasse und verbindet damit wirtschaftliche Prosperität. Die StreetartistakteurInnen kann man nach ihren Profilen zur Bohème zählen, zu intellektuellen Randgruppen mit experimentellen Lebensstilen. Diese haben in der Anziehung der Kreativen Klasse Brückenfunktion (vgl. Schmidt 2008). Die zweite Hauptgruppe der Streetarts sind StudentInnen, Auszubildende oder Arbeitskräfte in Medien-, Design- und Grafikbereichen, die damit schon selbst zur Kreativen Klasse gezählt werden können, beziehungsweise zum Nachwuchs (vgl. ebd.).

Es drängt sich der Verdacht auf, dass Floridas Meltingpot-, Gay- und Bohemian Index, das Gentrifizierungspotential von Städten oder Stadtteilen messen. Diese Indexe ziehen unter zeitgenössischen, stadtsoziologischen Trends, die besser verdienenden Mitglieder der Kreativen Klasse an, die dadurch für Aufwertung und wirtschaftliche Prosperität sorgen aber gleichzeitig verdrängen.

Gentrifizierung ist aus wirtschaftlicher Sicht "ökonomische Aufwertung, mit dem Vordringen neuer Haushaltsformen, neuer Lebensstile und einer Ausgestaltung der neuen Urbanität in innenstadtnahen Wohnquartieren" (Alisch und Dangschat 1996, S. 95). Die Medaille der Aufwertung hat also zwei Seiten: eine profitabel-ökonomische Seite und eine sozialkritische Seite. Sowohl das Gentrifizierungsmodell wie auch Floridas Theorie zur Kreativen Klasse sind hinsichtlich ihrer allgemeinen Gültigkeit umstritten. Beide Theorien werden daher als "chaotisches Konzept", bzw. "fuzzy concept" beschrieben (Alisch Dangschat 1996, S.95, Kunzmann 2005, S.5). Das bedeutet, dass ihre Modelle hinsichtlich der Gruppendefinitionen wie "Kreative Klasse" oder "Pionier", nicht eindeutig sind. Auch die Zuwanderungs- und Verdrängungsphasen, bzw. die Anziehung der Kreativen Klasse und folgend der Kreativwirtschaft sind nicht zu eindeutig zu modellieren.

Dennoch bestätigen die großstädtischen Beispiele einen Zusammenhang zwischen sichtbarer Kreativität in Stadtquartieren und deren Wandlung zu "Szenevierteln" mit Verdrängungstendenz.

Mit dieser Erkenntnis legitimiert die Künstlergruppe "The Splasher" aus New York ihre "Streetartattacken". Sie zerstören mutwillig und gezielt Werke von Streetartists wie Banksy oder Shepard Fairey (Abb. 51) um der Kommerzialisierung und der Verdrängung in Stadtvierteln entgegenzuwirken - und um sich selbst innerhalb der Kunstbewegung zu inszenieren.

"Street art gives the green light to investors, becomes that repugnant drug of tourism, and speeds the process of gentrification. By making the ghetto "beautiful", the street artists neatly wipes her hands of any responsibility to examine underlying social or economic oppressions at play and instead revels in her own mystified vanguardism"

(Splasher 2007, s.p)



Abb.51

3.3 Urban Art in der Stadt: Zusammenfassung

- *Wie sind die Phänomene Streetart und Graffiti zu interpretieren, insbesondere aus der Sicht der Stadtentwicklung?*

"Jede Stadt muss sich darüber klar werden, dass ihr Schicksal unauf löslich daran gebunden ist, wie gut -oder wie schlecht- sie mit der Kreativität umgeht, die ihren Bürgern angelegt ist. Die Fähigkeit einer Stadt, diese Kreativität wahrzunehmen, anzuerkennen, freizusetzen, zu nähren, nutzbar zu machen, gewinnbringend einzusetzen, aufrecht zu erhalten und schließlich wiederzuverwerten, wird in einem Klima des globalen Wettbewerbs über das Schicksal dieser Stadt entscheiden" (Wood 2003, S.29).

Graffiti und Streetart, hier als Urban Art untersucht, sind längst nicht mehr Randerscheinungen in der Stadt. Urban Art ist ein etablierter Kommunikationskanal in der Stadt, welche als Leinwand dient für Mitteilung und Ausdruck von Kreativität. Die Straße wird zum Medium und zur Galerie. Dass Urban Art aus den Tiefen der subkulturellen Milieus ins Licht der Öffentlichkeit gelangt ist, zeigt der Boom der Stadtkunst sowie steigendes öffentliches und ökonomisches Interesse an dieser. Besonders Streetart wird zur Zeit auch in klassischen Kunstgalerien hoch gehandelt, die Akteure stammen oft aus dem Graffiti-Milieu, und teilweise sind keine klaren Grenzen zwischen den Phänomenen zu ziehen. Sie bedingen sich untereinander in Methodik und Ortsauswahl. Die Untersuchungen zeigen, dass die Stadtentwicklung von Urban Art - der "Kunst der Straße" - profitieren kann, selbst wenn sie diese nicht initiiert. Die Förderung oder Kooperation mit den AkteurInnen und den Einsatzmöglichkeiten von Urban Art ermöglichen einer Stadt gezieltes Eingreifen und Aufwerten. Dabei muss aber stets der soziale Kontext des Gebietes betrachtet werden, da Urban Art kein "Allheilmittel" ist. Das Vorkommen von Bevölkerungsschichten (Jugendliche und junge Erwachsene, StudentInnen, Angestellte in

Kreativbranchen) ist für den erfolgreichen Einsatz von Urban Art unverzichtbar. Bei genauer Beobachtung der Aktivität von Urban Art AkteurInnen sowie der Wirkung und der Orte des Vorkommens kann die Stadtentwicklung kreatives Potential erkennen und nutzen. Der Nutzen kann sich dabei von kleinräumiger Umfeldaufwertung mit Identifikationsfaktor bis hin zur ökonomischen Attraktivitätssteigerung von Stadtgebieten erstrecken. Das öffentliche Kulturprogramm einer Stadt kann durch Urban Art als alternative Touristikroute erweitert werden. Man kann dieses Potential durch Offenheit und freie Flächen fördern. Die Stadt muss sich zu Urban Art als Ausdruck städtischer Kreativität bekennen, und dieses Bekenntnis muss in Abstimmung mit den sonstigen Entwicklungszielen und Imagebestrebungen der Stadt geschehen.

Streetart und Graffiti sind gesetzlich betrachtet Sachbeschädigung. Gleichzeitig ist Urban Art Eingreifen in die städtische Gestaltung, ungefragt und unentgeltlich. Die Stadtentwicklung kann, wenn auch begrenzt, Stellung nehmen, um mit diesen Phänomenen zu arbeiten: aber diese Stellungnahme ist mitunter entscheidend, ob Urban Art zur städtebaulichen Aufwertung (bis hin zur Gentrifizierung) beiträgt oder ob dadurch Umfeldabwertung und Mietpreissenkung sowie Stigmatisierung von Gebieten gefördert werden.

Allerdings gilt es für entsprechende Städte, mit diesem Phänomen und den Beteiligten offen umzugehen, ohne dabei einseitigen Nutzen zu erwarten. Es gilt, Urban Art außerhalb der ökonomischen Verwertbarkeit zu betrachten. Streetart und Graffiti fungieren hier als Beispiele für eine neue Stadtkultur: Illustration von Kreativität, direkte Beteiligung, freiwilliges Eigenengagement von Allen im öffentlichen Raum. Illegalität rückt in den Hintergrund, die Intention und der räumliche Gestaltungswille zählen. In Zeiten mangelnder Beteiligung weht neuer Wind. Es gibt Menschen, die sich an der Stadtgestaltung direkt beteiligen wollen und nicht in Planungsvorläufen passiv zur Planansicht antreten oder Fragebögen ausfüllen, deren Inhalte in weiteren Verfahrensschritten der Konsensbildung verformt werden.

4. Anwendung: Urban Art in der leeren Stadt

- *Bauliche, soziogeographische und finanzielle Bedingungen der leeren Stadt begünstigen, erhöhen und erfordern die Stadtentwicklungspotentiale von Urban Art*

Die leere Stadt leidet am Schwund junger Bevölkerung und finanzieller Mittel. Ihr finanzieller Handlungsspielraum ist gering, ihr physischer ist durch hohen Leerstand groß. Gemeinsame Ziele sind Imageaufwertung und Attraktion von Arbeitsplätzen und jungen Menschen. Die Attraktivität für Unternehmen ist gering, daher muss die leere Stadt bei fehlenden Investoren auf weiche Standortfaktoren setzen, um junge Menschen zu halten oder anzuziehen. Der Spielraum eignet sich für temporäre Intervention. Das hat die Stadtentwicklung realisiert und arbeitet bewusst mit Zwischennutzungen, um Imageverbesserungen und kreative Impulse zu nutzen, sowie weitere Vorteile wie Belebung und Infrastrukturerhalt. Wirtschaftlich ist Zwischennutzung ein sinnvoller Handlungsansatz, weil die leere Stadt fast keine andere Möglichkeit hat als alternative Ideen und Impulse zu fördern, um jegliche Art von Wirtschaft anzukurbeln. Sie stellt den Spielplatz für PionierInnen. Was die Stadt selbst tun kann, ist moderieren und vermitteln, monetärer Handlungsspielraum ist nicht vorhanden.

Der Freiraum und die fehlende Funktion sollen so zwischengenutzt werden, dass ungewöhnliche Inszenierungen von Leerstand den experimentellen Rahmen voll ausschöpfen, dabei aber so viele Menschen wie möglich nach freiem Willen (im Sinne einer Bottom-up-Stadtentwicklung) teilhaben lassen. Graffiti und Streetart praktizieren vorwiegend Jugendliche und junge Erwachsene : eine dringend benötigte Bevölkerungsgruppe. Viele AkteurInnen der Szenen arbeiten später in kreativen Berufen aus Design- und Medienbranchen. Es handelt sich somit um gebildetes, risikobereites Humankapital, welches in Kreativ- oder

Kulturwirtschaft arbeitet oder Arbeitsplätze schafft (vgl Reinecke 2007 und Urban Pioneers 2007).

Aus einer kunstwollenden Perspektive heraus sind Graffiti und Streetart künstlerische Inszenierung von Gebäuden. Sind diese Gebäude genutzt, wird die Inszenierung kritisch gesehen, da Nutzer oder Eigentümer ihre funktionale Codierung gestört und diese Gestaltung als höchst unerwünscht ansehen.

In der leeren Stadt drängen sich Lücken auf, an denen keine Codes oder Nutzungen durch Streetart und Graffiti gestört werden. Ein verfallendes, ungenutztes Gebäude ist in seiner Schönheit und in seinem Beitrag zur Stadtgestalt nicht hochwertiger einzustufen, als ein mit Graffiti und Streetart gestaltetes Gebäude. Sind diese Gebäude qualitativ gestaltet, ist der Beitrag höher einzustufen, da hier eine Galerie anstatt "Leere" produziert wird.

Das Potential bleibt weitgehend ungenutzt. Auch wenn es sich um umstrittene Gestaltung und Raumaneignung mit bedingter Legitimation handelt, hat gerade die leere Stadt Ostdeutschlands mit Bevölkerungsabwanderung insbesondere der jungen Bevölkerungsteile die Pflicht, sich diesem Potential experimentell zu nähern,

Graffiti und Streetart finden sich in den meisten Großstädten zentriert an abgelegenen Innenstadtorten, aufgrund der fehlenden sozialen Kontrolle und der Anonymität. Durch die freigegebene Gestaltung von solchen leeren Orten können die Erscheinungen Streetart und Graffiti an ihrem bevorzugten Ort, abgelegene und brachliegende Gebäude, künstlerisch illustriert werden. Durch Freigabe werden also städtebauliche Bedingungen durch ein Medium inszeniert, welches von je her an der Gestaltung dieser Orte partizipiert hat. Die Freigabe steigert dabei die Qualität der Werke und schafft auch beim Rest der Bevölkerung Akzeptanz. Freiraumgalerien können so sehr viel interaktiver gestaltet werden, mehr Leute zur Mitgestaltung motivieren, und der jungen Generation ein "signifikantes Wollen" signalisieren.

Die Aufmerksamkeit wird durch die extrem bunten Gestaltungsarten von Graffiti und Streetart auf besagte Gebäude gelenkt. So entstehen an ehemals graubraunen Verfallfassaden bunte Bilder und bunte Häuser - ein ironischer Kontrast. Wenn leerstehende Flächen oder Gebäude für jede/n zur Gestaltung freigegeben werden, ist damit die Integration und die vielfältige Identifikation gesicherter, als es bei klassischen Gestaltungsmaßnahmen der Fall ist, in dem ein Künstler oder eine Künstlerin ein Haus gestaltet und die Bevölkerung dieses Werk nur anschaut, also konsumiert.

Es werden die Vorteile der künstlerischen Zwischennutzung, (Aufmerksamkeitserregung, Frequenzerhöhung und Imagebildung) mit den integrativen Vorteilen der sozialen Zwischennutzung kombiniert, an denen vielfältig Personen teilnehmen können - freie Darstellung städtischer Kreativität.

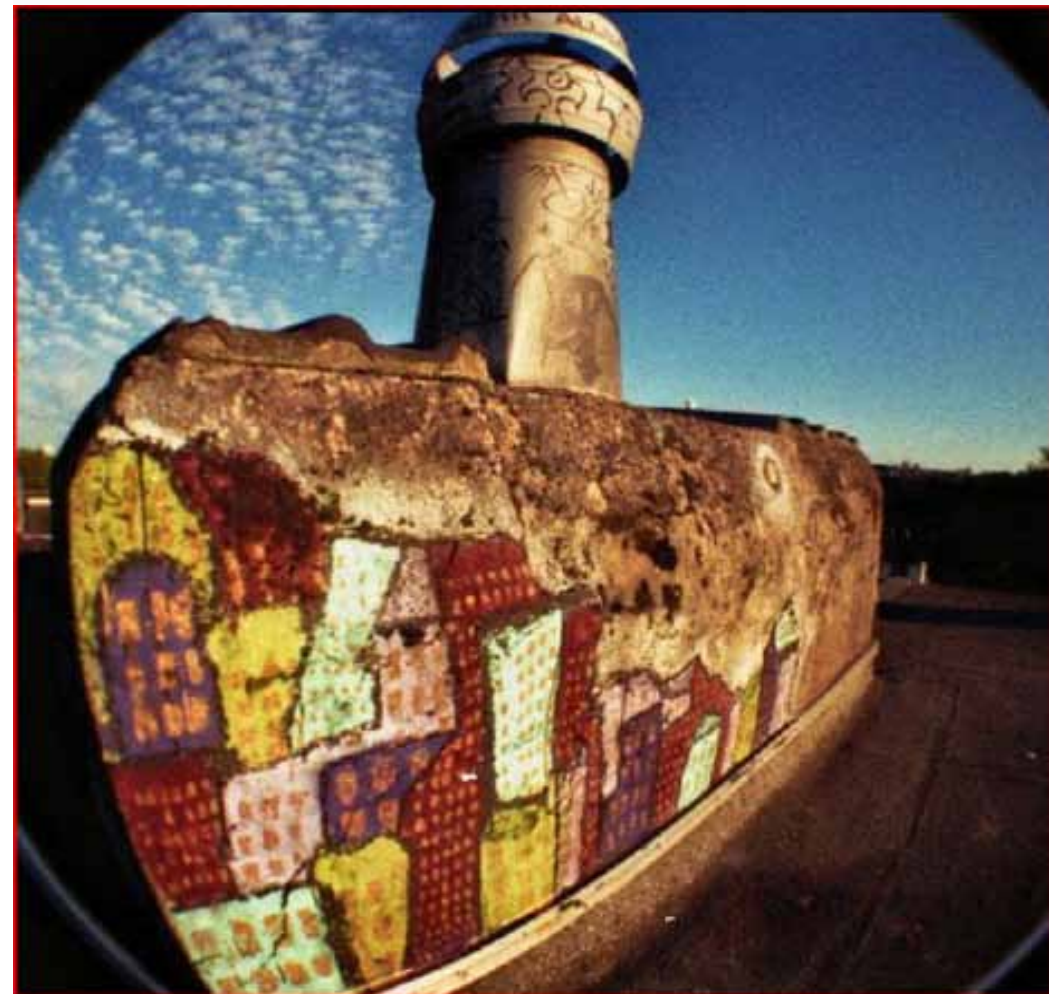
Da Streetart und Graffiti von sich aus temporär sind, sind die Eingriffe nicht dauerhaft. Wenn eine direkte Nachnutzung des leer stehenden Gebäudes gewünscht wird, muss es hinsichtlich der Renovierung ohnehin neu gestrichen werden. Die Eingriffe können relativ kostengünstig rückgängig gemacht werden. Zudem geschieht die Gestaltung großteils auf Kosten der Graffiti- und Streetart-AkteurInnen, was im Umkehrschluss bedeutet, dass die Stadt das kreative Potential von den AkteurInnen geschenkt bekommt und integrative Gestaltung von verschiedenen Bauwerken ohne mittelfristige Zukunftsperspektive stattfindet. Diese Vorteile sind kompatibel mit der Liquiditätslage leerer Städte. Die Bevölkerung produziert die Stadt und gestaltet sie nach eigenen Vorstellungen. In der leeren Stadt kann sich Situationismus entfalten: Entfremdung von Funktionen und ständige Neuordnung und Regeneration von städtischem Umfeld.

Die Profilähnlichkeiten von ZwischennutzerInnen, die im Zwischennutzungskapitel von *Urban Pioneers* "PionierInnen" genannt werden und dem Profil der Urban Artists sowie dem Profil der "GentrifizierungspionierInnen" zeigen auf, dass diese AkteurInnen in abgelegenen Räumen durchaus erfolgreich agieren können. Kreatives Humankapital, das sich seine Nischen in der Stadt sucht, um ihrer Kreativität freien Raum zu lassen (vgl. Urban Pioneer 2007, Alisch/Dangschat 1996, Reinecke 2007, ferner Florida 2002 und 2005). Dies geschieht in den Lücken der vernachlässigten Innenstadtquartieren. Alle können einen Impuls zur Aufwertung in diesen Quartieren loslösen, zur Imagebildung beitragen und ökonomische Aufwertung oder aber Gentrifizierung auslösen. Sie alle können im ökonomischen Idealfall die Kreative Klasse, oder die Gentrifier, je nach Theorie, anziehen und so den wirtschaftlichen Aufschwung eines Quartiers einleiten. Die Theorien sind umstritten, aber gerade die leere Stadt hat die Möglichkeiten, mit diesem jungen, kreativen Potential zu experimentieren. Es gibt ökonomisches Interesse an Streetart und Graffiti. Events und Gestaltung mit Urban Art ist vielfältig privat gesponsort, teilweise wird Urban Art direkt zum Werben benutzt.

Doch es geht bei Urban Art in der leeren Stadt nicht nur um den ökonomischen oder stadtentwicklungspolitischen Zweck. Es geht um eine neue Form der Partizipation in der Stadtgestaltung. Fernab von Konsens und langwierigen Beteiligungsverfahren, statt dessen durch direkte, eigenständige Teilnahme wird

städtischer Raum geprägt. Außerhalb der Illegalität wird der Bevölkerung signalisiert, sich frei im Raum zu entfalten. Eine Bewusstseinsbildung für Raum und leeren Raum, für Aneignung und Regeln in diesem und letztendlich für den Wert von diesem, durch die Freiheit die er bietet.

Abb.52: Die bunte Stadt: Rooftop-Streetart an einem Schornstein in Dortmund



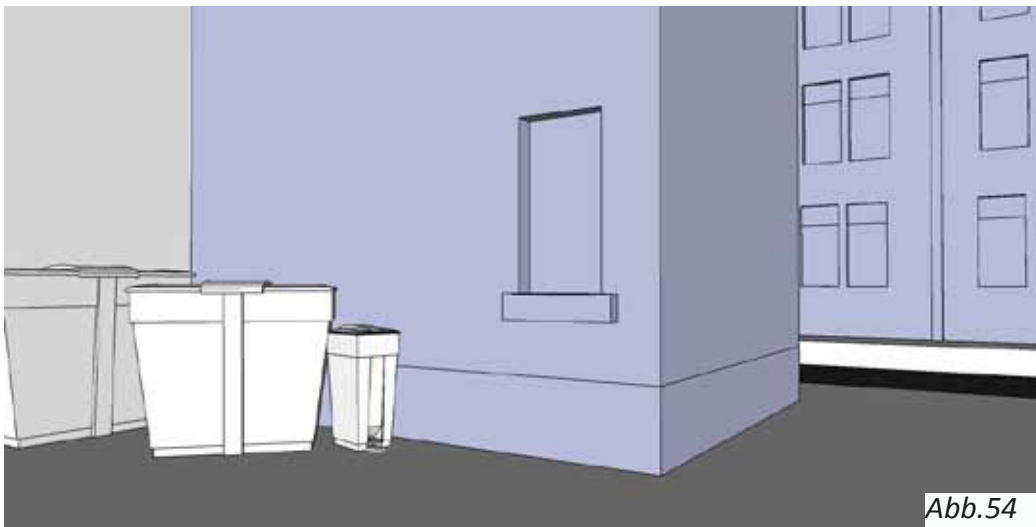


II. VISION: Stadt als Leinwand- Urban Art Festival

Aus den vorangegangenen Untersuchungen und Schlüssen entwickelt sich eine Vision. Die leere Stadt als Spielplatz ist der Grundgedanke der SituationistInnen. Das Spiel mit der Farbe in der Stadt ist unverkennbar zum weltweiten Phänomen geworden. Doch nur die leere Stadt kann als urbane Leinwand dienen, um partizipative Gestaltung konfliktarm in der Stadt zu konzentrieren. Eine Vision ist ein mentales Image, welches von der Vorstellung erzeugt wird, und sich auf die Zukunft bezieht. Eine städtebauliche Vision erzeugt Bilder oder Wunschvorstellungen von städtischen Räumen in der Zukunft.

Wie Graffiti und Streetart, zusammengefasst als Urban Art, im urbanen Raum wirken und Stadtentwicklung beeinflussen, wurde dargelegt. Aus Urban Art in der Stadtentwicklung lässt sich für die leere Stadt eine Vision entwickeln, die ferner einer Utopie scheint als es in der "vollen" Stadt der Fall wäre. In einer wachstumsorientierten, wirtschaftlich dominierten Stadt großflächig Raum für Urban Art freizugeben, ist utopisch. In einer schrumpfenden Stadt mit baulichen Lücken und offenen Zukunftsperspektiven ist der Gedanke visionär – die Stadt als Leinwand.

Die Vision ist die bunte Stadt: Urban Art als Gebietsmerkmal. Das freie Gestalten eines ganzen Quartiers für jede/n, die/der sich dazu berufen fühlt: Es ist eine neue Freiheit im Umgang mit städtischem Raum, die einen Hauch Anarchie mit sich bringt. Raum als fast grenzenlose Leinwand für das städtische Individuum - eine situationistische Stadtvision!



1. Konstruktion

Die Vision findet im Festivalformat statt. Alle Interessierten sind eingeladen, sei es als BetrachterIn oder als AkteurIn.

Ausgangssituation ist ein innenstadtnahes Gebiet mit sozialen und baulichen Defiziten. Es handelt sich um Altbaublöcke mit großteiligem Leerstand. Hier sind nur vereinzelt Häuser bewohnt. Ein großer Teil der Häuser und der Infrastruktur sind ungenutzt. Das Festival gliedert sich in zwei Teile.

Streetart Fassadenwettbewerb

In dem schrumpfenden, leeren Gebiet findet ein internationaler Streetartcontest statt. Renommierete Streetartists aus verschiedenen Ländern gestalten in diesem konkret begrenzten Gebiet jeweils eine Brandschutzwand. Es handelt sich also um einen Fassadenwettbewerb im Streetartstil (Mural). Dieser Wettbewerb zieht sich über zwei Wochen, in denen dieses Gebiet der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wird und somit der Prozess der Gestaltung verfolgt werden kann. Wahlweise kann die Bevölkerung durch Abstimmung ihre Favoriten wählen. Das Ergebnis dieses Wettbewerbs ist eine internationale Streetartgalerie im öffentlichen Raum. Ein Museum an Brandschutzwänden, welche konzentriert in einem Gebiet gestaltet und präsentiert werden.

"All You Can Paint" - Wochenende

Für dieses Gebiet wird während des letzten Wochenendes des 14-tägigen Streetartwettbewerbs das eigentliche Festival veranstaltet, an dem jede/r teilnehmen kann. Bedingung ist der Erwerb einer Karte, das übliche Festivalprocedere. Die (beispielsweise) zwei Altbaublöcke werden komplett umzäunt, um den Aktionsradius des Festivals zu fokussieren. Alle Gebäude dieses Gebiets (mindestens aber alle leeren) werden dazu noch eingerüstet, so dass die gesamten Fassaden "begehbar" sind. Hier findet für die gesamte Bevölkerung, aber auch für regional und international Interessierte ein Urban Art Festival statt, indem jede/r mit einer Karte, in einem realen urbanen Umfeld drei Tage lang alles gestalten kann, wie es beliebt: Urbane Kunst für Alle - All You Can Paint.

Ob mit Sprühdose, Wachsmaler, Wasserfarbe, Installationen, Postern oder Plakaten - jede/r kann sich frei in dem Raum entfalten und horizontal wie vertikal städtisches Umfeld bemalen oder gestalten. Bürgersteige, Straßenmöbel, Infrastruktur, Fassaden, Innenhöfe, Mülltonnen, Lampen und Stromkästen: der Spielraum ist fast grenzenlos – innerhalb des Gebietes. Begleitet wird dieses Festival von den üblichen Festivalaktivitäten wie Musik, Bühne und Zeltcamp: Unterhaltungsprogramm für Akteure und Besucher, die nur Betrachter des Spektakels sind. Durch das Zeltcamp können internationale und nationale Gäste kostengünstig beherbergt werden, die über das gesamte Wochenende (drei Tage) an dem Festival teilnehmen.

Nach drei Tagen "All You Can Paint", entsteht ein komplett buntes Stadtgebiet, welches in diesem Rahmen einmalig ist. Ein bunter Klecks Stadt, wo vorher graue Leerstandsbauteile die Atmosphäre dominierten.

Ein Nebeneinander von professioneller Fassadenkunst und individueller Urban Art von Allen formt eine interaktive Freiraumgalerie. Ein einzig-artiges Museum in der Straße ist das Resultat des Urban Art Festivals.



Abb.55



Abb.56



Abb.57



Abb.58



Abb.59



Abb.60

2. Zukunft und Temporalität

Je nach Verlauf und Wirkung des Festivals kann der Event jährlich wiederholt werden und zu einer festen Institution gedeihen, abhängig von Kosten, Akzeptanz, Image und sonstigen Planungen. Der internationale Muralwettbewerb kann alle zwei bis vier Jahre ausgetragen werden. Während der Restjahreszeit bleibt das Ergebnis des Festivals sichtbar, man kann also bei Wiederholung des Events immer weitere Entwicklungen verfolgen, da die urbane Freiraumgalerie jedes Jahr neu gestaltet beziehungsweise erweitert wird. Wichtig ist hierbei, dass während des Jahres verschiedene Wände zur freien Gestaltung frei bleiben. Es soll eine Hall of Fame eingerichtet werden, damit weiterhin Menschen zur Gestaltung angeregt werden, und sich das Quartier neben dem großen Event kleinräumig weiterentwickelt.

Kreide, Poster, Graffiti, Streichfarbe, Aufkleber, Rauminstallationen... Alles sind vergängliche Zeichen im Raum. Das Projekt wirkt temporär. Diese Temporalität ist Legitimation für den Experimentierfaktor. Denn sollte ein solches Projekt nicht funktionieren und keinerlei Wirkung erzeugen, dann ist es wichtig, dass es keine Schäden hinterlässt, wenig Kosten verursacht und den Zustand nicht verschlimmert. Urban Art entsteht auf eigene Kosten in Eigenengagement und kann jederzeit entfernt werden oder entfernt sich durch Witterung bei stetiger Vernachlässigung. Die Temporalität rechtfertigt somit das Risiko, ein solches Vorhaben zu wagen, hinsichtlich fehlender Perspektive und geringer Investitionsmöglichkeiten.

Die Temporalität ist aber auch Motor für die langanhaltende Weiterentwicklung. Bilder werden übermalt, Poster überklebt oder abgerissen. Beim jährlichen Festival verändert sich die Erscheinung des gesamten Gebietes grundlegend. Das Gesicht erneuert sich jährlich und verändert sich täglich.

3. Effekt

Sollte sich dieses Festival zu einer festen Institution im Kunst- und Kulturprogramm der leeren Stadt etablieren, sind die Effekte vielseitig. Wie bereits beschrieben, kann dieses Projekt beliebig an jedem Punkt beendet oder ausgebaut werden, je nach Erfolg und Effekt. Im Idealfall kann sich ein charakteristisches Quartier herausbilden, über die regionalen Grenzen hinaus bekannt ein Attraktor, der nicht nur junge "Urban Artist" und Kunstinteressierte anzieht, sondern Jung und Alt, die sich die bemalte Stadt ansehen. Entsprechende Idealsituation hat folgende Effekte:

Ökonomische Effekte:

- *direkter kommerzieller Gewinn während des Festivals:* Festivals rentieren sich in der Regel. Durch Kartenverkauf und Konsum der Festivalbesucher können Stadt und Veranstalter profitieren.

- *weicher Standortfaktor für die Kreativwirtschaft:* Alternative Umfeldler ziehen alternative Branchen an. Durch die alternative Stadtgestaltung werden insbesondere Interessierte im Bereich Urban Art, Design, Grafik und Werbung angesprochen, da diese die HauptakteurInnen und Interessierten an Urban Art sind. Es entsteht ein weicher Standortfaktor für kreative Gruppen. Urbane PionierInnen suchen inspirierende Umfeldler, um ihre Ideen zu verwirklichen. Dieses geschaffene Umfeld inspiriert zur Arbeit in diesem Raum. Es ist Anlaufpunkt für die AkteurInnen der Kreativwirtschaft. Start-up-Unternehmen mit alternativen Gewerbe-, Kunst- oder Kulturideen nutzen die einzigartige Kulisse für ihre Nischenproduktion. Das subkulturbezogene Gewerbe siedelt sich in dieser Gegend an, da es repräsentativ und imagefördernd wirkt. Es entsteht ein Nutzungscluster von kleinen Kreativunternehmen und Gewerben, welches sich an Urban Art und den verbundenen Lebensstil richtet. So etabliert sich ein alternativer Gewerbesektor.

- *Tourismus:* Das Gebiet ist über seine Grenzen hinaus bekannt und zieht sowohl regional wie auch national Menschen an, die das Experiment besichtigen oder selbst Urban Art praktizieren wollen. Das Gebiet wird dadurch belebt und das kulturelle und touristische Programm der Stadt wird erweitert. Entsprechende Tourismusbranchen wie Gastronomie, Hotellerie und gebietsspezifisches Gewerbe profitieren wirtschaftlich von dem Tourismus.

- *Sponsoring*: Verschiedene subkulturbezogene Firmen nutzen die Chance, um sich und ihre Marken zu präsentieren und sponsern das Festival materiell und finanziell.

Soziale Effekte:

- *Interaktionsraum*: Besonders Jugendliche und junge Erwachsene schätzen das neue Quartier, um sich zu entfalten und Raum zu gestalten. Diese Bevölkerungsgruppen werden auch aus anderen Städten und Regionen angezogen und malen. Zwar sind die Gerüste während des Jahres abgebaut und nur zum Festivalbetrieb installiert, jedoch können Erdgeschossflächen auch ganzjährig gestaltet werden.

- *Identifikation*: Durch die Einmaligkeit und die direkte Beteiligung steigt die Identifikation mit dem Quartier und der Stadt. Durch die Möglichkeit der Mitgestaltung wird der Bezug zum Quartier und auch zu den städtischen Rahmenbedingungen der Schrumpfung identitätsstiftend genutzt.

- *Toleranz*: Durch die Etablierung des Urban-Art-Gebietes nimmt die Stadt den Trend der öffentlichen Gestaltungsmethoden auf und setzt diese konkret ein. Durch die geregelten Freiräume für Urban Art wird der Trend so präsentiert, dass die Transparenz und Akzeptanz hinsichtlich des Phänomens steigt. Es entwickelt sich eine tolerante Stadtkultur.

- *Gegenüberstellung*: Der Streetart-Fassadenwettbewerb stellt verschiedene internationale Identitäten gegenüber und beleuchtet diese. Durch die Ergänzung mit lokaler und nationaler Urban Art von allen Interessierten werden die lokalen Identitäten präsentiert.

Städtebauliche Effekte:

- *Belebung*: Die Inszenierung mit Urban Art schafft eine einmalige städtebauliche Kulisse, zieht Besucher an und belebt verlassene Räume.

- *Trial-and-Error-Prozess (Versuch und Irrtum)*: Die Stadt experimentiert mit dem Projekt hinsichtlich Möglichkeiten und Grenzen der leeren Stadt und zeitgenössischer Gestaltungsmethoden im urbanen Raum. Mit dem Verlauf bildet sich der Prozess weiter, wird dokumentiert und die Entwicklung beobachtet. Mit jedem Jahr besteht die Möglichkeit auf Wiederholung des Festivals, jährlich verändert sich die Erscheinung des Gebietes und Reaktionen sowie Entwicklungen werden

fortlaufend evaluiert.

Der Trial-and-Error-Prozess lässt sich theoretisch unbegrenzt fortführen (je nach Wirkung und Akzeptanz), kann aber auch jederzeit gestoppt werden, ohne Krisen durch lang anhaltenden Schaden oder monetäre Verluste zu verursachen.

- *Image*: Die einzigartige städtische Kulisse kann imagebildend genutzt werden. Durch die Einzigartigkeit des Projektes kann auch über regionale Grenzen hinaus ein Image produziert werden, welches Offenheit und Experimentierfreudigkeit im Umgang mit städtischem Raum signalisiert. Es entsteht eine „Stadtlandmarke“. Das Gebiet ist ein nationales Alleinstellungsmerkmal, welches zur Profilierung der Stadt genutzt werden kann. Über das Jahr hinweg sind weitere Nutzungen in diesem Gebiet vorstellbar, sei es durch zielgruppenorientiertes Gewerbe, welches das Image und den Tourismus fördert, oder durch verschiedene Werbe- und Filmproduktionen, die diese Kulisse nutzen.

- *Bewusstsein und Erziehung*: Durch das Quartier und den Spielraum werden Bewusstsein und Möglichkeiten für die Leere geschaffen. Das Projekt sorgt für stetigen Diskussionsstoff und Auseinandersetzung mit den Umständen und den Möglichkeiten der Schrumpfung, vor denen vorher im Angesicht des verwitternden Leerstandes die Augen verschlossen wurden. Doch das bunte Quartier leuchtet und lässt sich nicht ignorieren. Auch Medien und Wissenschaft diskutieren über die künstlerische großflächige Anwendung der umstrittenen Raumgestaltung und beschenken der Stadt öffentliche Aufmerksamkeit. Öffentlichkeitswirksam lässt die Urban-Art-Bewegung die leere Stadt in ein anderes Licht rücken. Die Zeichen werden nicht schöner, aber die Möglichkeiten und die Wirkung dieser Erscheinung sind Allen bewusst, zugespitzt präsentiert in einem stagnierenden Leerstandsquartier, das zumindest regionale Bekanntheit erlangt hat.

4. Philosophie

Das Projekt zählt zum planerischen Aktionsfeld der temporären Inszenierung und versucht in seinem experimentellen Charakter die Möglichkeiten und Vorteile, die sich durch ungenutzten Raum für temporäre Interaktion ergeben, weitestgehend zu nutzen.

In erster Linie ist das Projekt eine subkulturell- künstlerische Inszenierung eines leeren Raumes; die Zuspitzung von urbanen Raumaneignungsstrategien zu einem, in dieser Form einzigartigen, temporären Denkmal zeitgenössischer Straßenkunst. Kein anderer Ort außer der Straße bietet sich so zur Darstellung und Musealisierung von Urban Art an, da die Straße der Ursprung und die Grundlage dieser Kunstform ist. Daher kann die Präsentation dieser Kunstformen nirgendwo authentischer wirken als im realen urbanen Umfeld selbst und nicht in der Galerie zwischen weißen Wänden, wie es bei der beschriebenen Kommerzialisierung von Urban Art praktiziert wird.

In seiner bunten Gestalt zwischen Chaos und Kunst lenkt dieses Projekt Aufmerksamkeit auf den leeren Raum und schafft gleichzeitig ein alternatives Bewusstsein für diesen. Leere, unfunktionale und vernachlässigte Räume in Mittel- oder Großstädten sind die bevorzugte Basis für Graffiti und Streetart, da hier die ungefragte Raumaneignung und persönliche Gestaltungspartizipation noch möglich sind. Die Zentrierung und flächendeckende Anwendung ist somit Zeugnis der prekären Raumsituation, doch zeigt sie gleichzeitig die Möglichkeiten und speziellen Rahmenbedingungen einer solchen Stadtsituation auf, die eine künstlerische Zuspitzung von Graffiti und Streetart überhaupt erst möglich macht. Das Nebeneinander von professioneller Street-art als organisierter Event zur Stadtgestaltung und von freiem Vollmalen/Ausdruck/Signieren von urbanem Raum für jede/n steigert die Transparenz und Akzeptanz dieser Subkultur, die sich schon länger an der Grenze zwischen Rebellion und Trend sowie Kunst und Kommerz bewegt. Die Facetten reichen von den anarchistischen, in der Gesellschaft kritisch betrachteten Wurzeln von Graffiti und Streetart als ungefragte Raumaneignung bis hin zur professioneller Anwendung zur trendbasierten Stadtverschönerung und Aufwertung durch zeitgenössische Fassadenkunst.

Die Legalität und die Offenheit lässt Teile der Bevölkerung mit der Kunst im öffentlichen Raum hantieren, die durch die Legalität und das Ausmaß inspiriert werden. Sie alle signieren den Block! Allen wird die Chance gegeben, einen Ein-

blick in Urban Art auf ganz legale Weise in einem realen Umfeld zu gewinnen. Besucher werden mit der Bedeutung dieser Kunst konfrontiert, die sich außerhalb des Kriminalitätsimages bewegt.

Solch ein Projekt lässt sich nur in einem Defizitquartier bewerkstelligen. Sowohl BewohnerInnen wie auch Bausubstanz rücken aus der grauen Anonymität in bunte Interaktion. Isolation und Entfremdung von Stadtquartieren werden gleichzeitig kritisch betont, inszeniert und dadurch verringert. Im Kern ist dieses Projekt nicht ökonomischer Natur. Es kann durchaus ökonomische Impulse geben, Theorien des Gentrifizierungsablaufs oder der Kreativen Klasse bestätigen dies. Das Besondere an dem Projekt ist aber, dass es eine genauso städtebaulich bedeutende Funktion hat, wenn es nicht ökonomisch verwertbar ist, wenn also der Wert nicht materiell messbar ist. Es geht darum, Kreativität Freiraum zu geben: Partizipation des Bürgers und Kunst direkt im Angesicht des Raumes.

5. Festivalisierung

Das Projekt ist als Festival geplant. Die Gestaltung als Event ist öffentlichkeitswirksam, medienpräsent und führt zu einem beeindruckenderen Ergebnis, da hier eine Menge GestaltungsakteurInnen konzentriert in begrenzter Zeit arbeiten. Der Stadtsoziologe Walter Siebel schrieb: "Ein Gaukler jeden Tag des Jahres auf einem Marktplatz, erregt wenig Aufsehen, aber 365 Jongleure an einem Nachmittag auf dem Marktplatz sind ein Medienereignis" (Siebel 1992, S.67). Durch das Festival bekommt ein solches Projekt einen medienwirksamen Ankerpunkt, eine bessere Vermarktungsebene und einen geballten Startschuss, der die Kulisse zeichnend formt.

Die Stadtentwicklung mit Events oder Festivals ist nicht neu. Als Stadt wird versucht mit "Spiel- und Spaßveranstaltungen" für die hedonistische Bevölkerung handfeste Stadtentwicklungsperspektiven voranzutreiben. Städte nutzen also Festivalisierung als Mittel zum Stadtentwicklungszweck.

Ein Event soll dabei die Besonderheit der Stadt besonders beleuchten, regionale Aufmerksamkeit wecken und die Bandbreite der Geldgeber erweitern. Durch das

Feiern eines Festes wird sich hohe Identifikation seitens der Bevölkerung erhofft (vgl. Hoffmann 2007). Zuletzt zeigte die Kulturhauptstadt 2010, Essen mit dem Ruhrgebiet, auf, wie Stadtplanung über große gesellschaftliche Events aus den Bereichen Musik, Freizeit, Sport und Kultur gesteuert wird: Es handelt sich um einen regionalen Event, der durch die Inszenierung medienwirksam und touristisch attraktiv ist, dessen Leitbild aber auf langfristigen Entwicklungszielen basiert. Den Begriff "Festivalisierung" prägten Häußermann und Siebel Mitte der 90er (vgl. Häußermann und Siebel 1993). Diese kritisieren eine Stadtentwicklung mit Festivalisierung, da sich ihre Untersuchungen und kritische Beleuchtung auf die Stadtentwicklung mit Großprojekten wie Olympia oder EXPO beziehen. Events in diesem Rahmen haben weitreichende Konsequenzen und sind auch in Organisation und Mittelaggregation komplex: Hier steht die besagte Stadt für kurze Zeit im Mittelpunkt der weltweiten Aufmerksamkeit. Es werden sich internationale ökonomische Impulse und Investorenattraktion erhofft, ein Wirtschaftsmotor, der hohe Investitionen und Verwaltungsaufwand legitimiert.

An diesen Punkten setzt die Kritik an: Veranstaltungen von diesem Stellenwert bedeuten hohe Investitionen in Infrastruktur und repräsentative sowie funktionale Bauvorhaben. Der ökonomische Gewinn ist dabei nicht messbar und wird von den Soziologen angezweifelt. Hinterlassene Einrichtungen von den Veranstaltungen werden oft nicht nachgenutzt, es fehlen Verwendungszwecke und Instandhaltungskosten übersteigen die Einnahmen. Durch die Konzentrierung von Verwaltungs- und Geldressourcen auf das Projekt wird zwar der Umsetzungsprozess beschleunigt, doch die Beteiligung vernachlässigt. Die hochrangigen, ökonomischen Ziele stehen im Vordergrund vor sozialen Interessen einzelner Gruppen. Die Planung tritt dem Projekt mit eigenem Gestaltungsanspruch gegenüber (vgl. Hoffmann 2007).

Bei Stadtentwicklung mit Events muss darauf geachtet werden, dass diese integriert und sozialverträglich ablaufen und sich das ökonomische Investitionsvolumen im messbaren Rahmen mit den Gewinnen hält.

Das Urban Art Festival muss sich neben beschriebenen Vorteilen nicht allen Kritikpunkten aussetzen. Das Investitionsvolumen ist gering. Der Aggregation von Sponsoren sowie weiteren Geldern, beispielsweise von der Bundeskulturstiftung, stehen vergleichsweise geringe Ausgaben gegenüber. Die Kulisse und Arbeitsplattform ist geschaffen, die Mittel zur Gestaltung dieser Basis werden von den Partizipierenden selbst erbracht und die Folgenutzung muss nicht unterhalten werden, da es sich um eine reine Inszenierung von Leerstand handelt, der keinerlei Nutzungsdruck unterliegt.

Hohe Investitionen oder bauliche Eingriffe sind nicht vorzunehmen, eventuell müssen einige Flächen für die Gestaltung und Festivalinfrastruktur geräumt oder vorbereitet werden. Die Wirkung des Eingriffs ist charakteristisch und individuell. Die Ergebnisse des Festivals bleiben sichtbar und wirkend. Die bunte Kulisse muss nicht instand gehalten werden, das Gebiet schafft auch außerhalb des Events eine alternative Atmosphäre und lädt zur Mitgestaltung und zum Besuch ein. Dadurch, dass die Gestaltung nicht von Planungsinstitutionen und privaten Investoren vorgegeben wird, sondern durch Bevölkerungsteile stattfindet, ist die Bevölkerung selbst "Schöpfer" des Werkes. Statt langfristiger öffentlicher Beteiligungsverfahren, welche oft zu Schwerfälligkeiten in der Entscheidungsfindung führen (vgl. ebd.) wird hier direkt beteiligt, weil jede/r sich nach Wunsch mitteilen und an der großen Gemeinschaftsleinwand partizipieren kann.

Dennoch wird ein Urban Art Festival in beschriebener Vision nicht reibungsfrei ablaufen. Verschiedene Interessen von BürgerInnen, die mit dem Phänomen nicht vertraut sind, können dagegenstehen. Denn ein solches Einmaligkeitsprojekt zieht zwangsläufig Opposition mit sich. Das Ausmaß und der Rahmen der Idee machen das Projekt einmalig, aber diese sind auch größter Anstoßpunkt für Kritik. Es entsteht das Dilemma zwischen Konsens und Innovation (vgl. Staudt 2001). Denn Innovation ist konsensfeindlich. Je mehr Menschen einen Konsens im Planungsprozess bilden, desto gemischter und durchschnittlicher ist das Ergebnis. "Es ist festzuhalten, dass innovationsorientierte Planungsstrategien nur zeitlich befristet produktiv wirken und daher kaum verallgemeinbar sind" (Hoffmann 2007, S. 29). Obwohl der Event an sich hoch integrativ ist, ist die Festsetzung oder der Beschluss sehr innovativ und kann dementsprechend konfliktgeschwängert verlaufen. Doch gerade dieses Potential der Außergewöhnlichkeit kann zu den Effekten führen, die in der Vision genannt sind, denn die einzigartige Stadtsituation erfordert und ermöglicht einzigartige Ideen. Halbherzige Herangehensweisen und minierte Alternativprogramme führen zu Außergewöhnlichkeitsverlust, einhergehend mit geringen Effekten und Ausstrahlungscharakter.

Das Festival stellt einen Bezugspunkt zur gesamten Quartiersidentität her. Das Urban Art Festival ist ein Imagefaktor, der mit dem Quartier in Verbindung gebracht wird und der einmal im Jahr die Interaktion mit leerem Raum künstlerisch zuspitzt: Ein buntes Spektakel feiert städtische Außergewöhnlichkeit. Festivalisierung kann mit diesem Projekt positiv wirken, da nicht nur stadtentwicklungspolitisch Zeichen gesetzt werden und das bei geringem Risiko und Oppor-

tunitätskosten. Geringe Monetär- und hohe Engagementinvestitionen für ein Projekt, das viel bewegen kann, aber nicht muss, da es wenig verlieren kann.

III. PRAXIS: Urban Art in der leeren Stadt - Fallstudie Halle an der Saale



Abb.61

Der theoretische Teil der Arbeit beschreibt das Potential von Urban Art für die Entwicklung in der leeren Stadt. Im zweiten Teil folgt die Vision, in der die Potentiale von Urban Art in der leeren Stadt visionär angewendet werden, um im Festivalformat eine einmalige Freiraumgalerie, ein Museum in der Straße zu etablieren.

Im folgenden und letzten Teil der Arbeit soll an einem Fallbeispiel untersucht werden, inwiefern die Vision "Stadt als Leinwand - Urban Art Festival" in der schrumpfenden Stadt Umsetzungschancen besitzt und inwieweit diese realistisch sind. Hierbei ist es wichtig, die theoretischen Erkenntnisse zu Streetart und Graffiti auf Gültigkeit zu prüfen.

Grundprinzip für den experimentellen Umgang mit städtischem Raum ist die Leere. Exemplarische Beispielstadt muss also eine schrumpfende Stadt mit einer hohen Leerstandsquote sein. Des Weiteren sollte es sich um eine Großstadt handeln, da in den vorangegangenen Ausarbeitungen beschrieben wurde, dass Urban Art ein Großstadtphänomen ist. Die Dichte der Räume und die Heterogenität der Bevölkerungsstrukturen fördern subkulturelle Interaktion.

1. Die leerste Stadt

Als Entscheidungskriterium wurde das quantitative Kriterium "Leerstandsquote in ostdeutschen Großstädten" herangezogen. Nach dem statistischem Bundesamt hatte das Land Sachsen Anhalt 2006 mit 16,6% die höchste Leerstandsquote in Deutschland (vgl. Statistisches Bundesamt 2006). Dahinter liegen Sachsen und Brandenburg, mit 14,4%, und 11,5%. Die leersten Städte Deutschlands sind die "Städte Frankfurt (Oder) mit 10, Gera mit 11,1, Halle (Saale) mit 13,6 und Schwerin als Schlusslicht der Auswertung mit 15,4 Prozent" (vgl. Halle Forum 30.12.2009).

Da es sich bei Schwerin um eine Mittelstadt handelt (unter 100.000 EinwohnerInnen), ist Halle die "leerste Großstadt Deutschlands" und wird als Fallbeispiel für die Forschung herangezogen.

Halle an der Saale ist eine kreisfreie Stadt in Sachsen-Anhalt und trotz stetig schrumpfender Bevölkerung mit ca. 231.364 EinwohnerInnen die größte Stadt des Bundeslandes (vgl. Halle Forum 31.7.2008).

Halles Bausubstanz hat den zweiten Weltkrieg nahezu unbeschadet überstanden, doch wurden Teile der historischen Altstadt während der Innenstadterneuerung des DDR-Regimes abgebrochen und durch "sperrig hilflose" Plattenbauten ersetzt, die nun das Altbild der Stadt prägen (vgl. Guratzsch 2006).

Zur Wende betrug die EinwohnerInnenzahl etwa 316.000 EinwohnerInnen. Demnach verlor Halle durch den Strukturwandel, die Abwanderung und den Geburtenrückgang 85.000 EinwohnerInnen.

Übrig blieben viele leerstehende Wohnungen, 17.100 an der Zahl oder 13,6 % des gesamten Bestandes (125.532). Bewohnbar sind von diesen Wohnungen 14.700. Hierbei handelt es sich größtenteils um Geschossbauwohnungen, die offiziell auf dem Markt verfügbar sind (vgl. Halle Forum 30.12.2009). 2010 hat die Stadt Halle das erste Mal in 20 Jahren wieder einen Bevölkerungswachstum verzeichnet. 340 Einwohner hat Halle dazugewonnen (+ 0,3%). Dies ist ein Indiz dafür, dass die stetige Schrumpfung in Großstädten Sachsens-Anhalts vorüber ist. Auch Magdeburg als Landeshauptstadt hat in diesem Jahr mehr Zuzüge verzeichnet (vgl. Statistisches Landesamt S.A. 2011).

Abb.62: Marktplatz Halle (Saale)



2. Forschungsmethodik

Die leerste Großstadt muss sich aber neben dem rein quantitativen Merkmal "Leerstand" auch in anderer Hinsicht für den Einsatz mit Urban Art eignen.

- Gibt es in Halle Urban Art?
- Gibt es Interesse an Urban Art?
- Gibt es Gebiete und Institutionen, die eine Realisierung unterstützen?

Die qualitativen Merkmale, wie die Ausprägung von Leerstandsquartieren, die Zusammensetzung der Bevölkerungsstruktur und planerische Voraussetzungen in der Stadt entscheiden erheblich über den Erfolg von Urban Art. Diese Bedingungen werden in Halle analysiert und definieren das Erkenntnisinteresse der Methodik. Forschungsgrundlage für die Untersuchungen sind hierbei genaue Ortsbegehungen und Erkundungen des gesamten Stadtgebietes über zehn Monate hinweg. Hierbei werden die AkteurInnen der Urban Art-Szene ausfindig gemacht und das gesamte Urban Art-Potential untersucht, unterstützt durch Literatur und Studien zu der Wirkung und dem Ausmaß von Urban Art in Halle.

Ausführliche Interviews geben über die städtischen und sozialen Rahmenbedingungen Auskunft, in die sich der Einsatz von Urban Art eingliedern muss. AkteurInnen der Stadtverwaltung, wie das Stadtmarketing oder das Stadtplanungsamt werden zu der planerischen Entwicklung Halles befragt und geben Auskunft über die städtischen Voraussetzungen für den Einsatz von Streetart und Graffiti.

Das Jugendamt und Streetworker informieren über die soziale Struktur und über Netzwerke der Urban Art-Szene. Private Institutionen, die sich mit Graffiti beschäftigen oder dagegen vorgehen, werden befragt, um Bereitschaft und organisierten Aktivismus im Urban Art-Sektor zu prüfen.

Durch Gespräche mit vielfältigen AkteurInnen wird die Idee und die Vision bei entscheidenden Institutionen bekannt gemacht werden. Die generelle Einstellung und Bereitschaft zu der Vision sowie das Vorhandensein von nötigen Netzwerken, welche für die Umsetzung der Vision unerlässlich sind, werden dokumentiert.

Die Methodik zur Forschung besteht also aus drei Teilen: Ausführliche Ortsbegehungen und Erkundungen zur Struktur der Stadt, Recherche in Literatur und Internet zur Datengewinnung über Stadt und Urban Art und zuletzt die Befragung von Experten aus vielfältigen Bereichen (Experteninterviews), die durch den planerischen Einsatz von Urban Art berührt werden, oder diesen unterstützen und beeinflussen können.

Es wird nach einem konkreten Quartier gesucht, in dem sich die Vision stadtentwicklungstechnisch nutzen lässt. Auch hier spielen Ortsbegehungen und Kartierung sowie ausführliche Informationen der beschriebenen Institutionen eine entscheidende Rolle. Den Abschluss bilden Entwicklungsszenarien, wie sich besagtes Quartier entwickeln kann, wenn man Urban Art zu gegebenen Rahmenbedingungen einsetzt.

3. FRAME und FOKUS

Die Forschung zur Fallstudie teilt sich in zwei Bereiche – "Frame" und "Fokus". Der erste Bereich untersucht die Rahmenbedingungen von Halle – den "Frame". Hier werden städtische Strukturen in Verwaltung, Planung und Bevölkerung hinsichtlich ihrer Offenheit zu Urban Art untersucht.

AkteurInnen und Akzeptanz werden hinterfragt, um so die Rahmenbedingungen sichtbar zu machen, in denen sich das Projekt bewegt. Beispielsweise sollten Bevölkerungsgruppen vorhanden sein, die Urban Art praktizieren oder offen für diese Art von Gestaltung sind und sich dafür interessieren. Hier kann Urban Art als Attraktor und als Aufwerter agieren. Fehlen diese Bevölkerungsgruppen, kann die Stadtentwicklungsarbeit mit Urban Art auf Unverständnis stoßen, weil der Bezug und das Publikum fehlen. Die Effekte können im schlechtesten Fall sogar abwertend auf städtisches Umfeld wirken.

Der zweite Teil der Forschung untersucht einen konkreten Standort, um die Vision unter den gegebenen Rahmenbedingungen zu lokalisieren. Der "Fokus" setzt sich mit einem greifbaren Plangebiet auseinander, analysiert die Ortsbedingungen baulich sowie räumlich und überprüft Machbarkeiten für die Vision. Hier werden Entwicklungsabsichten für das Gebiet hinterfragt und die konkreten Wirkungen von Urban Art vor Ort abgeschätzt: Visionsverortung im städtischen Kontext. Die Erkenntnisse des Frame und des Fokus werden zuletzt zusammengefasst und im Fazit analysiert.

3.1 Frame

Der "Frame" wird aus drei Untersuchungsergebnissen gebildet. Schließlich werden diese Bereiche zu einer Beurteilung der Rahmenbedingungen zusammengefasst. Die Eckpunkte des "Rahmens" sind:

- Bevölkerung
- Urban Art in Halle
- Entwicklungsplanung Halle
- Zusammenfassung Frame

Bevölkerung

Die Hauptakteursgruppe der Urban Artists liegt zwischen 16 und 34 Jahren (Jugendliche und junge Erwachsene). Auch die Hauptzielgruppe befindet sich in der Regel in dieser Altersspanne. 25,4 % der Hallenser Bevölkerung entsprechen dieser Gruppe. Festzuhalten ist aber, dass der überwiegende Teil der Bevölkerung Senioren sind (28,8%), deren Anteil weiter steigen wird.

Alter von – bis	EinwohnerInnen-zahl	Anteil in Prozent
0 – 15	26.240	11,3
16 – 17	3.075	1,3
18 – 24	24.233	10,4
25 – 34	31.941	13,7
35 – 44	31.379	13,4
45 – 59	49.101	21,1
über 60	67.044	28,8
Gesamt	233.013	100

Tab.1: Bevölkerungsstruktur Halle 2008

StudentInnenstadt Halle

Der Anteil an jungen Erwachsenen wird durch die Universitäten entscheidend beeinflusst. Halle verkauft sich als StudentInnenstadt. Mit mehr als 18.000 StudentInnen macht diese Gruppe fast 8% der Bevölkerung aus. Es wohnen nicht alle in Halle, dennoch ist Halle Anlaufpunkt für den jungen Bildungsnachwuchs. 2009 betrug der StudentInnenzuwachs 12%. Die größte Hochschule ist die Martin-Luther-Universität, die alte Burg Giebichenstein beherbergt die Hochschule für Kunst und Design und des Weiteren befindet sich die Evangelische Hochschule für Kirchenmusik im Stadtzentrum von Halle (vgl. Halle Forum 7.10.2009). Dementsprechend entwickelt sich die Gastronomie in Halle. Kneipen, Bars und Cafes prägen einige Stadtteile, Tendenz steigend.

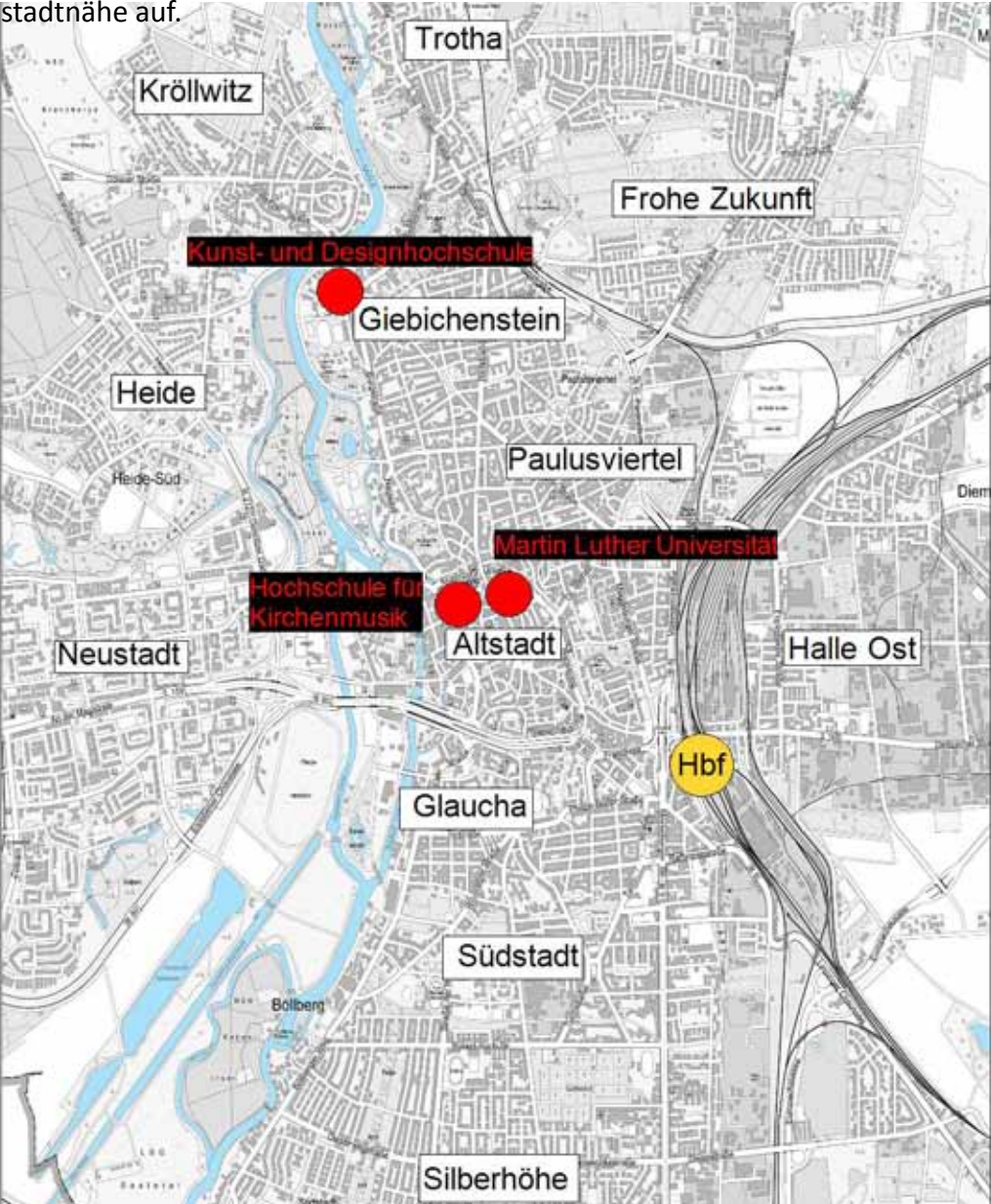
Statistisch ist Halle also studentisch durchmischt und bietet mit der Design- und Kunsthochschule einen Akteurspool für Kreativität. Ohne den hohen Anteil von StudentInnen wäre Halles Bevölkerung vorwiegend senioreng geprägt. Dies wäre ein Kriterium gegen den Stadtentwicklungseinsatz mit Urban Art, da hier AkteurInnen und/oder Interessensgruppen nur gering vertreten wären. Halle als StudentInnenstadt hat einen hohen Anteil an kreativen AkteurInnen oder Interessierten auf diesem Gebiet. Besonders die Design- und Kunsthochschule in Halle generiert kreative Köpfe.

Ein Großteil der StudentInnen wohnt im Paulusviertel. Aufgrund seiner Innenstadtnähe und seines Altbaucharakters hat es eine hohe Anziehungskraft auf StudentInnen. Bars, Kneipen, alternative Restaurants und Tanzlokale haben sich angesiedelt. Das Paulusviertel steht unter Gentrifizierungsverdacht (vgl. Killisch 1996).

Im städtischen Vergleich sind die Mieten steigend. Trotz einer hohen Leerstandquote gibt es in Halle also Standortkonkurrenz. Das Paulusviertel ist ähnlich wie die gesamte Innenstadt Halles von Graffiti und Streetart geprägt. Es bestätigt sich hier die These, dass Streetart und Graffiti in Verbindung mit gentrifizierten Stadtvierteln auftreten und zum alternativen Charakter beitragen.

Auf der anderen Seite gibt es in Halle hohe Leerstandquoten, beispielweise in Halle-Neustadt. Auch hier ist die Urban Art-Szene aktiv. In Neustadt stehen legale Wände. Diese werten das Umfeld auf, können aber nicht die Leerstandsreduzierung vorantreiben. An diesen Beispielen zeigt sich, dass Urban Art zwar Beglei-

ter eines Aufwertungsprozesses ist, aber verschiedene andere Bedingungen sind entscheidend, damit ein ganzheitlicher Aufwertungsprozess ins Rollen kommt. Es gehört nicht nur Urban Art als Ausdruck von Kreativität dazu, sondern auch die entsprechenden Interessenmilieus, die sich dort ansiedeln. Diese suchen unter anderem Gebiete wegen des Altbautrends, des kreativen Klimas und der Innenstadtnähe auf.



Karte 1: Universitäten und Hochschulen in Halle

Urban Art in Halle

Das Institut für Soziologie der Martin-Luther-Universität in Halle hat 2006 eine Studie erstellt, die sich sowohl mit der Quantität, als auch mit der Qualität und der öffentlichen Wirkung von Graffiti beschäftigt - die Graureiher Studie (vgl. Sackmann 2006). Hieraus werden die wichtigsten Erkenntnisse zum Umgang mit dieser Erscheinungsform von Urban Art konkret für Halle wiedergegeben. Neben intensiven Ortsbegehungen und Kontakten zu AkteurInnen und Bevölkerung dient diese Studie als wichtigste statistische Basis um die Vorkommen und Wirkungen von Graffiti, einem entscheidenden Urban Art-Bereich, einzuschätzen. Zu Streetart in Halle liegen keinerlei empirische Forschungsergebnisse vor. Die Erkenntnisse und Aussagen zu Streetart lehnen sich an der Graffitistudie an oder wurden durch Beobachtungen und Befragungen erlangt. Die Urban Art-Untersuchung ist unterteilt. Zum einen werden die Potentiale untersucht: Netzwerke, AkteurInnen und Ausprägung. Zum Anderen wird auf die Wirkung von Urban Art eingegangen: Initiative und Akzeptanz.

Urban Art: AkteurInnen und Vorkommen – Potentiale

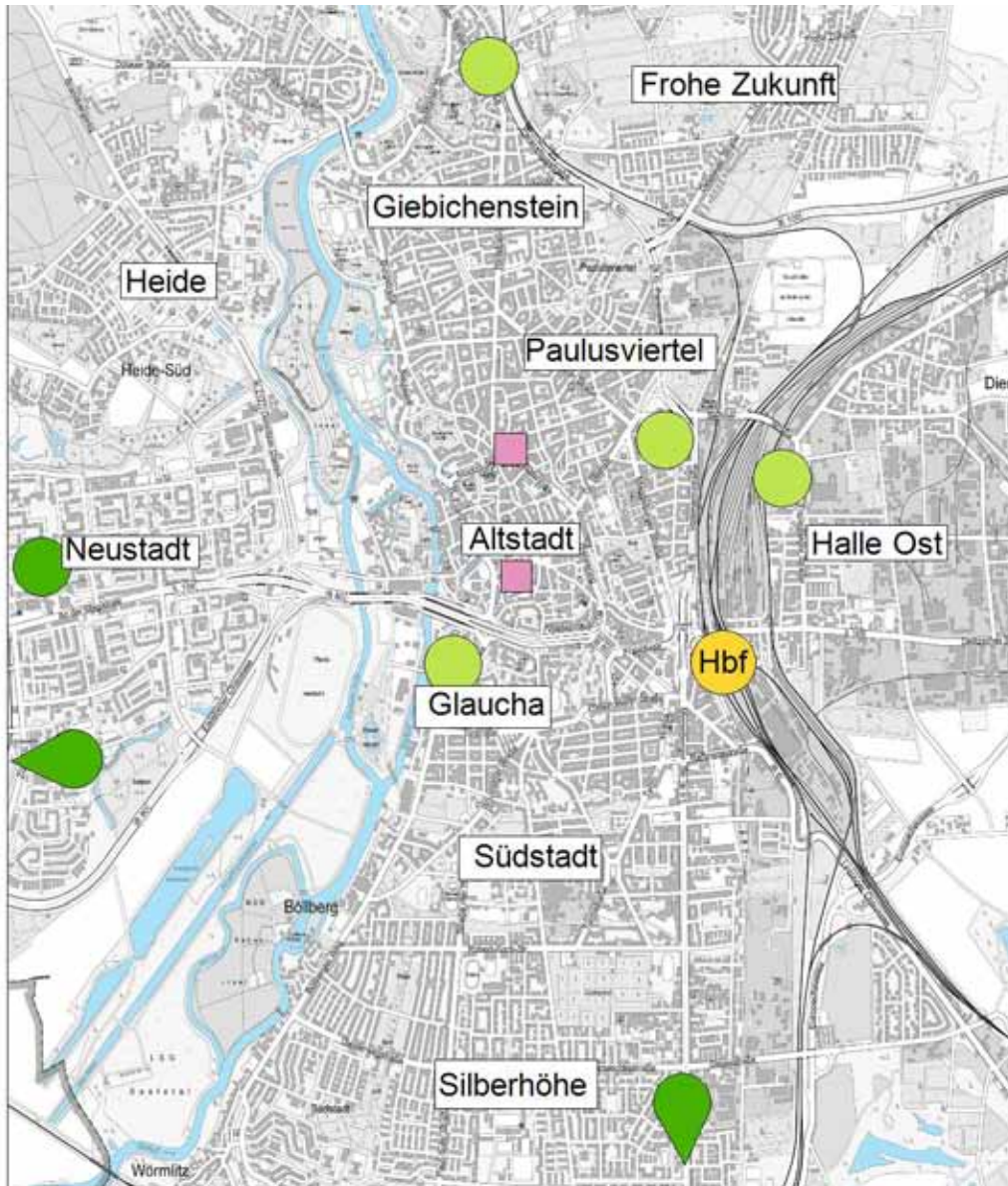
Rein quantitativ ist Halle eine Graffiti-Hochburg in Sachsen-Anhalt und der Region. Der Anteil von Graffiti im Vergleich zu anderen Städten ist nicht nur groß, sondern einsam an der Spitze.

Stadt	Durchschnittliche Anzahl der Graffiti pro Hauswand
Bitterfeld	0,21
Halle (S.)	5,56
Leipzig	1,33
Merseburg	0,4

Tab.2: Graffitivorkommen in ostdeutschen Städten

Durch die rege Tätigkeit ist die Infrastruktur für solche AkteurInnen in Halle gewachsen (vgl. Karte 2). Zwei Graffitiläden (rosa) im Innenstadtbereich versorgen AkteurInnen mit Inspiration und Mitteln für die Arbeit, und die Stadt hat einige legale Flächen bereitgestellt, um den AkteurInnen Spielraum zur Entfaltung zu geben (dunkelgrün). Diese Flächen befinden sich jedoch außerhalb des Innenstadtbereichs. Zwei Wände befinden sich in Halle Neustadt, eine weitere in Ammendorf (Süden).

Semilegale Wände (hellgrün), an denen gemalt wird, obwohl es nicht ausdrücklich erlaubt wurde, befinden sich innerstädtisch in Glaucha an der Kegelbahn und nördlich an der Berliner Straße sowie am Reil 78, nördlich Richtung Paulusviertel. Der alte Schlachthof im Hallenser Osten ist ebenfalls stark bemalt. Die Industriearie ist keine offiziell freigegebene Fläche, doch die leichte Zugänglichkeit sowie die Größe des Areals ziehen AkteurInnen der Urbanen Kunst an.



Karte 2: Urban Art Infrastruktur in Halle

Im Theoriekapitel wurde bereits der Graffitiwettbewerb "Write 4 Gold" vorgestellt, der wiederholt in Halle stattfand, zuletzt im Jahr 2009 (vgl. S.39). Hier wurde der Garagenkomplex Karolinstraße in der Neustadt von Halle gestaltet. Zu dem Wettbewerb kamen mehr als 150 teilnehmende Sprayer: "the world's biggest graffiti battle" versprachen die Veranstalter. Durch solche Großveranstaltungen konnte Halle seinen Ruf als Graffiti-Hochburg festigen und gleichzeitig die Gestaltungsmöglichkeiten präsentieren (vgl. Halle Forum 12.6.2009). Die Stadt Halle hat sogar eine Wand den "Crews" (Sprühergruppierungen) gewidmet. Am Waisenhausring, der die Altstadt umschließt, sind an einem Tunnel alle von der Stadt gezählten Crews festgehalten: in offiziellen Druckbuchstaben, schwarz auf weiß (vgl. Abb.63+64). Diese Liste ist zwar nicht vollständig, jährlich gibt es neue AkteurInnen, jedoch ist die Anzahl beachtlich. Besagte Studie geht von 35 aktiven Crews aus, Beobachtungen des Autors sprechen für eine höhere Zahl.

Abb.63+64



Die Streetart-Ikonen Halles sind die AkteurInnen Karl Toon und Klub 7, die durch ihre Intervention für Aufmerksamkeit sorgten. Karl Toon ist ein Posterkünstler, der über einen längeren Zeitraum Halles Fassaden mit seinem Comic-Charakter schmückte. Dieser hat es zu regionaler Bekanntheit erlangt. Klub 7 ist eine KünstlerInnengruppe, die sich der Gestaltung des leeren Raumes verschrieben hat. Teile von Klub 7 sind Hallenser KünstlerInnen, weitere Mitglieder sind in Berlin tätig. Die Werke von Klub 7 sind in verschiedenen Stadtteilen zu sehen und verschönern Baulücken oder Brachflächen. Deren Aktivität hat abgenommen, da Klub 7 vorwiegend in Berlin praktiziert.



Abb.65: Karl Toon, Abb.66: Klub 7

Dennoch sind in Halles Straßen vielfältige Streetartwerke zu sehen. Das Studentenquartier Paulusviertel ist bei genauerer Betrachtung voll von Aufklebern, Schablonen und Postern, teilweise unscheinbare Werke, oft nur einmalig produziert. Das Kneipenviertel in der kleinen Ulrichstraße in der Altstadt ist auch "lesbar". In innenstadtnahen Umfeldern zentrieren sich an maroder Bausubstanz Urban Art Werke, teilweise subtil und überwiegend anonym. Hier und da trifft man auf Konstanz sowie bei "Mezon", dessen Schweine durch fast jedes Viertel in Halle spazieren. Der Akteur bewegt sich an der Grenze von Streetart und Graffiti.

Abb.67+68: Mezon, Abb.69+70 Hall of Fame Halle, INK Crew





Abb.71: Streetart in Halle, verschiedene Künstler

Die Graureiher-Studie hat durch Umfragen unter AkteurInnen die Motivation der Graffiti-Sprayer erörtert, wobei sich herausstellte, dass 85% der AkteurInnen in erster Linie aus dem "Kunstschaffen" heraus arbeiten. Das künstlerische Motiv liegt hier weit vor dem gesellschaftlich oft vermuteten Motiven wie Protest, den nur 28,5 Prozent als prioritären Beweggrund nannten. Die Graffitibewegung in Halle ist also großteils vom Kunstbewusstsein getrieben. Alle Befragten gaben an, dass Graffiti ein Ausdruck von Kreativität sei. Hierbei muss beachtet werden, dass es sich bei den befragten AkteurInnen um langjährige AktivistInnen über 21 Jahre handelt, also ernstzunehmende Anhänger der Kunst. 70% der Befragten SprüherInnen waren StudentInnen oder SchülerInnen, die weniger als 500 Euro monatlich zur Verfügung haben.

Die Graffiti-Szene in Halle ist also geprägt von jungen Erwachsenen im Bildungsprozess mit dem Verlangen, ihre Kreativität auszudrücken (vgl. Sackmann 2006). Verglichen mit dem Graffitivorkommen verfügt Halle über keinen außergewöhnlichen Streetart-Ruf. Jedoch hat die Stadt schon einige anerkannte AkteurInnen hervorgebracht oder auf ihrem Akteursweg "beheimatet". In Baulücken und maroder Bausubstanz zentrieren sich die Werke, zusammen mit Graffiti. Die Streetart-Aktivität ist nicht so dominant wie das Graffitivorkommen in Halle, jedoch sind zahlreiche Werke bei genauerer Betrachtung sichtbar.



Abb.72



Abb.73

Initiative

Im Vergleich zum zweiten Platz (Leipzig) ist Halles Anteil an Graffiti viermal so hoch. Dass dieses Phänomen zu Aufmerksamkeit und politischer Diskussion führt, zeigt sich an der Etablierung des Vereins "Halle gegen Graffiti", der für eine Verschärfung der Graffitigesetze und zu härterer Verfolgung illegaler Graffiti plädiert (vgl. Halle gegen Graffiti e.V. 2011):

"Halle ist ein Zentrum des illegalen Graffiti in Ostdeutschland geworden. Mittlerweile leidet sogar die Hälfte aller Häuser an Graffitischäden. Die Konsequenzen sind offensichtlich: die visuelle Attraktivität der Stadt nimmt ab" (ebd. s.a., s.p.).

Abb.74



Ein Interview mit dem Vorsitzenden des "Halle gegen Graffiti e.V.", Herr Stefan Schulz, verdeutlichte den Standpunkt der AktivistInnen gegen diese Bewegung. Selbst Herr Schulz stellte dabei öfter klar, dass sich die Tätigkeit des Vereins in erster Linie gegen die Illegalität richtet. Er selbst (im Gegensatz zu anderen Mitgliedern) erkenne die künstlerische Gestaltung durch Graffiti als Kreativität und Kunstform an. Gegen Verschönerungsprojekte, die in Abstimmung mit privaten oder öffentlichen Eigentümern geschehen, könne und werde der Verein nichts unternehmen. Der Verein ist nicht parteigebunden, hat aber einige politische und prominente Mitglieder, die sich engagieren, wie den Schauspieler Peter Sodann, bekannt aus der Serie "Tatort". Die Aufgabe des Vereins besteht in der Information der Bevölkerung über die Auswirkung und die Prävention beziehungsweise über die Reinigung der Graffiti.

Dass Graffiti Kreativität ist und kreatives Potential in der Bewegung steckt, welches der Stadt nutzen kann, wolle er nicht abstreiten. Die "illegale Graffitischmiererei", gegen die sich der Verein in erster Linie wendet, ist Sachbeschädigung und Umfeldabwertung. Die Frage, ob der Verein Präventionsmaßnahmen unterstütze, die auf Zusammenarbeit und Fokussierung der Graffititätigkeiten beruhen (Freiflächenerrichtung), wurde verneint. Es wurde eingeräumt, dass die reine Ver-

verschärfung der Gesetze eher die Qualität als die Quantität beeinflusse, und dass die reine Repression von staatlicher Seite bei einer solch hohen Tätigkeit nicht zielführend ist. Allerdings sehe er es von Seite des Vereins eher als Niederlage, sich in Kooperation oder Diskussionen mit den AkteurInnen der Szenen einzulassen. Aus diesem Grund vermeide er jegliche Form der kooperativen Prävention. Dem Stadtentwicklungsansatz mit Urban Art steht Herr Schulz skeptisch gegenüber. Der Verein wolle es vermeiden, diese öffentlichkeitswirksam zu verbreiten, oder sogar Events oder Festivals zu veranstalten, da dadurch die Attraktivität von Halle für besagte Zielgruppe regional gesteigert würde. Er wolle kein Mekka für Graffiti-Maler schaffen und jegliche Anziehungskraft sollte verhindert werden. Bei solchen Events wie dem Urban Art Festival sei eine hohe Wachsamkeit erforderlich, um Kollateralschäden zu reduzieren.

Die Erscheinung von Streetart ist auch ihm durch Medien bekannt. Er habe noch nichts über deren Bezug zur Aufwertung von Stadtquartieren gehört. Allerdings stehe er Streetart offener gegenüber, da es sich hier weniger um "Schmiererei" als um erkennbare Kunst handle (vgl. Schulz 2011).

Das Ordnungsamt der Stadt Halle teilt (naheliegenderweise) die Einstellung des Vereins. Herr Ulrich vom Dezernat für Ordnung Gesundheit und Sport in Halle bestätigte die Akzeptanz für künstlerische Anwendung von Graffiti, allerdings erkenne er bei den AktivistInnen in Halle wenig künstlerischen Anspruch. Er sieht das Niveau als relativ gering an und rät daher ab, diese Bewegung zur Stadtaufwertung einzusetzen. Aber auch er gesteht ein, dass die Verschärfung von Sanktionen nicht zum Erfolg führt, denn die Graffitiaktivität lässt nicht nach (vgl. Ulrich 2011).

Was auf der einen Seite zu Frustration führt, ist auf der anderen Seite ein Alleinstellungsmerkmal. Möglichkeiten und AkteurInnen der Graffiti-Szene sind vielfältig, und im regionalen Vergleich besonders herausstechend. Gerade daher eignet sich Halle mit ihrem Raum dafür, die "Bekämpfung" in "Inszenierung" umzuwandeln. Bei einer so hohen Akteursgruppe und leeren Kassen ist die Reinigung und Verfolgung weniger effektiv als die Freigabe von Flächen. Es ist ein neuer Umgang mit der Bevölkerungsgruppe gefragt, die stadtmarkierend Halle prägt.

Bevölkerungsakzeptanz

Ein Beitrag der Graureihe-Studie stellt heraus, dass die Verschärfung der Sanktionen nicht unbedingt zur Verminderung der Graffiti-Erscheinung führt. Von den SprüherInnen, die schon einmal polizeilich erfasst wurden, sprühen 80% in gleicher Menge wie vor der Erfassung. Durch die Verschärfung der Illegalität und

die Erhöhung der Sanktionen wird in erster Linie die Form der Graffiti verändert. Graffiti wird durch weniger Freiraum schneller und einfacher angebracht, also in weniger Farben und abstrakterer Ausführung (vgl. Sackmann 2006).

Es sinkt die Qualität der Graffiti. Dass auch in Halle die Qualität der Graffiti die Akzeptanz in der Bevölkerung beeinflusst, belegt die Studie ebenso. Als Indikator für Qualität wurden die Farbanzahl der Bilder gewählt, weil diese mit Zeitaufwand und Konzeptarbeit korreliert ist. Durch die Befragung der Öffentlichkeit belegt die Studie folgende Thesen:

- Je höher die Qualität, desto höher die ästhetische Bewertung in der Bevölkerung.
- Je höher die Qualität, desto höher die Akzeptanz an Orten. Qualitativ hochwertige Graffiti würden 88% der Befragten an legalen Flächen oder unbewohnten Häusern akzeptieren, 9,4% auch an Privathäusern.
- Gute Graffiti werten das Umfeld auf, schlechte Graffiti werten dieses ab.

Die Befragten äußerten dennoch, dass alle illegalen Graffiti-TäterInnen bestraft werden sollten, unabhängig von der Qualität ihrer Arbeiten (vgl. ebd.). Somit ist Qualität keine Legitimation für Illegalität, aber Bedingung für Umfeldaufwertung und Akzeptanz. Ein weiterer Beitrag der Studie behandelt die generelle Akzeptanz von Graffiti in der Bevölkerung, unabhängig von Qualität oder Ort. Bei dieser Umfrage stellte sich Halles Bevölkerung zuerst als graffiti-feindlich heraus, 78 % lehnen pauschal Graffiti ab. Die Ablehnung sinkt proportional zum Alter der Befragten. Je älter die Befragten, desto höher die Ablehnung. Bei den 18-bis 29-Jährigen liegt die Graffiti-Akzeptanz noch bei 50%, während sie bei der Gruppe ab 45 Jahren aufwärts bei 0% liegt (vgl. ebd.). Dem gegenüber steht die Aussage, dass bei qualitativer Auseinandersetzung 88 % der Bevölkerung Graffiti akzeptieren. Die pauschale Ablehnung liegt also primär am schlechten Image von Graffiti sowie an der negativen Wahrnehmung von "Tags", die niedrige Qualität und einen "beschmierten" Eindruck vermitteln. Außerdem befürworteten 51% derselben befragten Gruppe die Errichtung legaler Flächen zur Ausübung von Graffiti. Erneut zeigt sich die Ablehnung gegen Illegalität, während der Kunstform durchaus Interesse und Alternativen eingeräumt werden. 50% der Befragten, die Graffiti ablehnten, sprachen sich durch eine Befürwortung von legalen Flächen subtil für einen gesellschaftlichen Konsens aus (vgl. ebd.).

Statistiken hinsichtlich Streetart gibt es in dieser Form leider nicht. In der Studie wird zweimal auf das Phänomen als andere Art von Graffiti verwiesen, aber es

werden keine statistischen Zahlen erhoben. Da diese Studie die beschriebenen Möglichkeiten und Wirkungen von Graffiti belegt, wie sie im theoretischen Kapitel beschrieben wurden (vgl. S.31-39), wird diese Gültigkeit auf die Streetart-Erscheinung in Halle übertragen. Die Vermutung liegt nahe, dass sich Streetart aufgrund der Herstellungsvielfalt, der räumlichen Zusammenhänge sowie der Erkenntlichkeit höherer Akzeptanz und Beliebtheit in der Bevölkerung erfreut (vgl. S.42).

Entwicklungsplanung Halle

Um die Realisierbarkeit der Urban Art Entwicklung abzuschätzen, ist eine Einbettung in die planerischen Zusammenhänge der Stadt nötig. Durch Recherche in Entwicklungskonzepten und durch Akteursbefragung wurden Informationen zum gesamten Stadtgebiet sowie zur planerischen und imagedechnischen Ausrichtung gesammelt. Es gilt zu testen, ob sich ein Projekt mit dem Thema Urban Art in die Entwicklungsplanung eingliedern lässt.

Image

Herr Stefan Voß ist Geschäftsführer des Stadtmarketings in Halle und gab Auskunft über Halles Imagezusammensetzung und Entwicklungspotentiale der Stadt. Auch die Rolle von Urban Art für das Stadtmarketing und die Stadtentwicklung wurde hier geklärt.

Halle hat theoretisch eine gute Grundlage zur Imagebildung. Halle verfügt über viele sogenannte "Alleinstellungsmerkmale". Alleinstellungsmerkmale sind Eigenschaften einer Stadt, die zumindest in der Region einmalig sind und daher von hoher Attraktivität für Besucher und Stadtentwicklung. Solche "Monopolpotentiale" können sowohl einzelne Bauten sein, wie etwa der Kölner Dom, oder statistische Eigenschaften, wie Firmendichte pro EinwohnerIn oder Wasserflächendichte. Solche Potentiale eignen sich besonders für die Imagebildung einer Stadt, da Eindrücke produziert werden können, wie sie nur an diesem Ort möglich sind. In neuerer Zeit ist es gängige Praxis, durch die Aggregation solcher Alleinstellungsmerkmale und deren Zertifizierung, beispielsweise als Unesco Welterbe, das Image, den Tourismus und die Wirtschaft zu unterstützen.

Halle besitzt den Vorteil, dass die Stadt den berühmten deutschen Komponisten Georg Friedrich Händel beheimatet hat, gebürtig aus Halle. Dem größten Sohn der Stadt ist ein Denkmal am zentralen Markt inmitten Halles Altstadt gewidmet. Mit Festspielen wird jährlich sein Schaffen zelebriert und Touristen aus der ganzen Welt werden angezogen. Das Stadtmarketing versucht zunehmend die weiteren Qualitäten Halles zu präsentieren und zu entwickeln. Halle hat die größte Kulturdichte pro EinwohnerIn sowie die höchste Dichte an Flächendenkmälern Deutschlands. Auf der Liste für Unesco-Welterbestätten stehen die Franckeschen Stiftungen und Halle-Neustadt, als historisches Vorzeigebispiel sozialistischen Städtebaus. Die Luther-Universität ist die älteste reformierte Universität der Welt. Die Universitäten in Halle sollen die Stadt zu einem Wissenschaftsstandort formen. Zudem wird städtische Kreativität durch die Kunsthochschule unterstützt.



Abb.75: Klub 7 in Halle

Halle habe eine große Anzahl an KünstlerInnen und auch die Designbranche sei in Halle erfolgreich, so Herr Voß. Trotz der guten Imagegrundlage fehlen Halle die Mittel, um dieses Image über die Stadtgrenzen hinaus zu repräsentieren. Der Stadt und auch dem Stadtmarketing fehlen Gelder und Handlungsspielraum, Fördergelder sind verplant. So ergibt sich der Zustand, dass das lokale Image von Halle stabil, das regionale und nationale Image jedoch negativ belegt ist. Von Landesseite fehlt die Satzung zur Einrichtung von BIDs (Business Improvement Districts), welche zur Innenstadtaufwertung dringend nötig ist. Besonders die Leipziger Straße als Haupteinkaufsstraße nimmt zum östlichen Auslauf Richtung Bahnhof stetig an Qualität ab und benötigt Förderung.

Die Leerstandssituation wird im Stadtmarketing nicht behandelt. Die Lage ist bekannt, und das Stadtmarketing stützt sich auf die Potentiale der Stadt und nicht auf die langfristig ungeklärten Nachteile. Dennoch wird vereinzelt durch Zwischennutzungen Aufwertung und kreative Intervention praktiziert. Auch hinsichtlich der Stadtentwicklung mit Urban Art hat das Stadtmarketing noch keine konkreten Ansatzpunkte gemacht. Urban Art, insbesondere die Graffiti-Szene wird eher als Problem für das Image behandelt. Eine Zusammenarbeit mit den AkteurlInnen dieser Szene wurde noch nicht in Betracht gezogen. Herr Voß könne sich aber vorstellen auf dem aktuellen Trendforum Urban Art zu behandeln, da es ein Netzwerk in Halle gibt, welches ausführlich über das Thema informieren kann. Urban Art gilt als kontrovers für die sonstigen Imagepfade, die Halle einschlägt. Die künstlerische Kreativität der Straße verträgt sich nur schwer mit den Denkmalaspekten, die in der Altstadt gepflegt werden. Das Potential Halles als klassische Hochkulturstadt kollidiert mit dem hohen Aufkommen an Urban Art, das den Raum prägt (vgl. Voß 2011).



Abb.76: Georg Friedrich Händel-Denkmal

Kreativität in der Stadtentwicklung:

Bei der Untersuchung des integrierten Entwicklungskonzepts (ISEK) für Halle wird Kreativität im Leitbild erwähnt. Folgende Punkte definieren das Leitbild für Halles Stadtentwicklung:

- Profilierung der Stadt Halle als unternehmerfreundliche Stadt,
- Profilierung der Stadt Halle als Stadt der Wissenschaften, der Hochtechnologie und der Innovation,
- Profilierung der Stadt Halle als familienfreundliche Stadt,
- Stärkung der Stadt Halle als Stadt der Kultur und Bildung, Erhöhung der überregionalen Wahrnehmung in diesem Bereich,
- Förderung des Imagewandels der Stadt nach innen und außen,
- Förderung eines kreativen Klimas in der Stadt.

(ISEK Halle 2007, S.11)

Im weiteren Verlauf des Konzeptes wird auf den letzten Punkt des Leitbildes, das kreative Klima, nicht weiter eingegangen. Es finden sich keine untergeordneten Ziele oder deskriptiven Maßnahmen, die zur Erfüllung dieses Leitbildpunktes beitragen. Trotzdem scheint ein kreatives Stadtklima gewollt zu sein. Warum stellt Halle Kreativität in ihr Leitbild und geht nicht darauf ein? Es gehört zum guten Ton ostdeutscher Leitbilder, die städtische Kreativität zu erwähnen. Wie bereits erwähnt, darf der Umgang mit dem Wandel nicht nur einseitig auf Wohnungswirtschaft und Städte(rück)bau fokussiert werden, sondern durch Kreativität sollen neue Perspektiven und Nischen eröffnet werden (vgl. Liebmann und Robischon 2003). Es geht darum, die Voraussetzungen für die Entfaltung städtischer Kreativität zu erzeugen. Dies wurde schon im Theoriekapitel beschrieben. Die mangelnde Definition des normativen Begriffs "Kreativität" lässt die konkrete Auseinandersetzung in den Hintergrund rücken. Zudem ist der direkte Bezug zu Stadtentwicklung nicht gegeben, verglichen mit dem greifbaren Begriff "Rückbaumaßnahmen". Kreativität "liefert den Entscheidungsträgern ein Ideenspektrum, aus dem heraus Innovationen entstehen können" (Landry 2003, S. 40).

Es fehlt Halle an konkreten Maßnahmen und Zielen, städtische Kreativität zu erzeugen oder diese zu erkennen, zu nutzen oder zu fördern. Es genügt dabei nicht, nur die Plattformen für Ideen zu stellen, wie zum Beispiel das kürzlich errichtete Multimediazentrum in Halle, sondern es müssen Milieus geschaffen werden, in denen sich "Menschen wohl dabei fühlen, neue Gedanken zu hegen und ihre

Ideen mit anderen zu teilen" (Wood 2003, S.37). Des Weiteren muss die Stadt diese Ideen in Dinge und Material umwandeln, vermarkten oder verkaufen, um ihre kreativen Menschen zu belohnen. Der Erfolg von Kreativität ist also ein Kreislauf aus Ideenentwicklung, Plattform und Netzwerkschaffung sowie Vermarktung und Publikumsgewinnung, was neues Ideenpotential freisetzt (vgl. ebd.).

"Städtische Kreativität ist nicht planerisch herstellbar. Notwendig ist vielmehr eine Kontextpolitik, die mit geeigneten flankierenden Maßnahmen die Wahrscheinlichkeit der Entfaltung kreativer Milieus im politischen, unternehmerischen und sozialen Bereich erhöht" (Liebmann und Robischon 2003, S. 59).

Die Stadtentwicklung mit Urban Art dient der Förderung eines kreativen Klimas in der Stadt und fällt daher unter den letzten Punkt des Leitbildes von Halle. Die auffallend große Akteursgruppe der AktivistInnen ist ein eindeutiges Kreativitätsmerkmal, und diesem Potential muss eine Plattform gegeben werden, damit sich dieses Potential sichtbar in der Stadt entfalten kann. Durch den gezielten kooperativen Umgang mit Urban Art kann in Halle eine Kulisse geschaffen werden, die kreatives Klima signalisiert, dadurch inspiriert und gleichzeitig Leere inszeniert.

Streetart in der Stadtentwicklung

Ein Besuch bei Herrn Frank Amey von Planungsbüro "urbanframe" bringt Aufklärung über ein Streetart Projekt, welches 2009/2010 in Halle stattfinden sollte: Rolling Urbs 72. Rolling steht hier für das Auftragen von Farbe mit einer Farbrolle, Urbs steht für Urbanität und 72 steht für das Jahr 1972, symbolisch für die erstmalig formulierte Idee der EU. In diesem Jahr erschien die Hymne des Europarates mit Schillers Text "Ode an die Freude".

Die steigende Beachtung von Streetart und Graffiti, sowohl im Pro- wie im Contra-Sektor, führte dazu, dass ein Forschungsprojekt ins Leben gerufen wurde, mit dem die Aufwertungschancen von Streetart für die Stadtentwicklung getestet werden sollten. Dies sollte das erste Projekt werden, in dem spezifisch die Stadtentwicklungswirkung von Streetart untersucht werden sowie die Möglichkeiten der Steuerung. Projektbegleitend wurde eine Internetseite im Wikipedia-Format gestaltet, welches als Streetartenzyklopädie fungieren sollte. Freiwillige Autoren sollten das breit gestreute Wissen über die Streetart- und Graffiti-Szene sammeln, verbreiten und wissenschaftlich behandeln."Hinter dieser Internetseite verbirgt sich ein urbanistisches Forschungsvorhaben, dass Street Art aus Sicht der möglichen Aufwertung und Steuerung von vakanten Stadtteilen betrachten will. Für die Initiatoren, urbanframe – Büro für Stadtplanung und die Künstlergruppe

KLUB7, ist die Untersuchung der Kunstform „Street Art“ im Kontext der Aufwertung des öffentlichen Raumes von besonderem Interesse" (Halle Forum 1.6.2009). Rolling Urbs 72 wollte Streetart bewusst im Stadtentwicklungskontext untersuchen. "Streetart fungiert als eines der (derzeit illegalen) Instrumente, Orten ein Image zu geben, zu "branden". Die künstlerische Gestaltung und Auseinandersetzung mit dem Stadtraum schafft Möglichkeiten, sich mit der Stadt zu identifizieren. Hinsichtlich der möglichen Steuerungserfordernisse und vielleicht möglichen Implementierung von Street Art stellt sich die Frage danach, wie diese innovativen Milieus/ die Kreative Klasse vielleicht selbst eigene Trends in Form von kommunikativen Orten setzt und die vakanten Stadträume erobert. Im Umfeld der subkulturellen Streetartists entstehen Ressourcen, die über die ästhetische Intervention hinausgehen. Dieses Potential soll im Rahmen von Rolling Urbs 72 untersucht und einer Nutzung zugänglich gemacht werden" (Rolling Urbs 72 2009, S.6). Das Projekt sollte dabei während verschiedenen Themenworkshops wissenschaftlich zu diesem Thema forschen und informieren, sowie praktisch in Workshops städtischen Raum gestalten. Dabei sollten Streetart Battles (Wettkämpfe von KünstlerInnen) ausgetragen werden, die gleichzeitig das städtische Umfeld aufwerten und Publikum anziehen, welches über die Arbeiten entscheidet. Diese Battles sollten sowohl in Halle wie auch in Cluj (Rumänien) stattfinden.

Der Initiator von planerischer Seite war Herr Amey vom Büro urbanframe. Das Projekt war abhängig von Mitteln der Bundeskulturstiftung. Nach Aussage von Herrn Amey waren alle Weichen gestellt. Das Projekt hatte internationale Unterstützung. So waren KünstlerInnen und OrganisatorInnen aus Rumänien (Cluj), später auch von der TU Wien integriert. Der Eigenanteil, welcher Förderbedingung für Gelder der Bundeskulturstiftung ist, wurde erbracht. Fast 20.000 Euro wurden durch urbanframe, durch die Kulturstiftung Sachsen-Anhalt, durch den Kunstverein Leipzig und durch das Kulturzentrum Klausenburg bewilligt. Auch Cluj brachte einen Teil des finanziellen Eigenanteils auf, um das Projekt zu realisieren. Es gab die Zusage, einen prozessbegleitenden Dokumentarfilm zu erarbeiten. Die Zusammenarbeit mit KünstlerInnen verschiedener Agenturen war organisiert. Räumlichkeiten für den Erarbeitungs- und Durchführungsprozess wurden mit dem Verein HausHalten in einem Wächterhaus reserviert. Die Kooperation mit Eigentümern und Kulturinstitutionen war gesichert. Ein Hotel in Halle unterstützte das Projekt, indem es 14 Zimmer während des Workshops und des Battles zur Verfügung stellte. Alle nötigen AkteurInnen waren vernetzt und Kostenvorschläge kalkuliert (vgl. Rolling Urbs 72 2009). Das private Interesse war hoch, die Partner vielfältig und die Realisierung konzeptionell durchgearbeitet.

Nach der Einreichung des Projektes bei der Kulturstiftung mit vier Zusagen anderer Förderer, neun Zusicherungen von KooperationspartnerInnen sowie elf integrierten KünstlerInnen, lehnte die Bundeskulturstiftung das Projekt im Mai 2010 ab. Begründungen gibt es zu den Absagen keine. Das Vorhaben wurde begraben, alle AkteurInnen gingen anderen Tätigkeiten nach. Der erste deutsche Untersuchungsansatz zur Wirkung von Streetart in der Stadtentwicklung fand also großes Interesse und Zuspruch, scheiterte aber zuletzt an der Förderung des Bundes.

Verwaltung:

Der Vorsitzende des Graffiti e.V. Sascha Kittel gab in einem Gespräch an der Universität Leipzig eine Meinung zur Vision des Urban Art Festivals in Halle ab, besonders in Hinsicht auf Hürden in der Verwaltung.

Er empfand den Stadtentwicklungsansatz mit Streetart und Graffiti im Festivalformat als besonders ambitionierte Idee und konnte sich auch mit der Vision identifizieren, jedoch zweifelte er an der Kooperationsbereitschaft der öffentlichen Verwaltung. Er kann dabei nicht für Halle sprechen, sondern nur für die Nachbarstadt Leipzig, welche eine Null - Toleranz Strategie gegen Graffiti verfolgt. Das bedeutet, dass es keine legalen Flächen gibt, einzig einige an denen Urban Art "toleriert" wird, obwohl es nicht rechtmäßig ist. Institutionen, die für die Umsetzung eines solchen Projektes gewonnen werden könnten, wären die ersten die öffentlichen Mittelkürzungen unterliegen, beispielsweise das Jugendamt. Daher haben diese auch nur wenige Mittel, während in der Verwaltungshierarchie das Ordnungsamt weit oben angesiedelt ist. Aufgrund des schlechten Images überwiegen die Vorurteile. Die Verwaltungsstrukturen sind veraltet und daher nicht mit der nötigen Offenheit gegenüber jungen Trends der Stadtentwicklung wie Urban Art ausgestattet. Die Risikobereitschaft der Verwaltung ist gering, jedoch könne er auch hier vorwiegend für Leipzig sprechen.

Hinsichtlich eines großen, ambitionierten Projektes, welches Idealismus und Visionsgeist voraussetzt, stelle er es sich sehr schwer vor, diese AkteurInnen zu begeistern, besonders ohne Referenzen mit einem so problematischen Thema wie Graffiti. Aus jahrelanger Erfahrung mit öffentlichen Graffitiprojekten ist Herr Kittel mit den Konflikten vertraut. Um mit Graffiti oder Streetart zu arbeiten, muss man diese Phänomene umschreiben. Urban Art ist da ein passender Alternativbegriff. Aber auch Events die mit Urban Art arbeiten müssen familienfreundlich und künstlerisch aufgemacht werden, damit öffentliche AkteurInnen Akzeptanz stiften. Er schätzt den Verhandlungsprozess als überaus zäh ein, jedoch könnte die Mobilisierung privater AkteurInnen die Stadt zur Mitarbeit bewegen. Wichtig

sind der ständige Austausch und die Verbreitung der Projektidee sowie deren Abstimmung. Die ökonomischen und stadtentwicklungstechnischen Effekte der Idee sind eine gute Basis für die Heransgehensweise und werden bei verschiedenen AkteurInnen Offenheit erregen, jedoch wird es Institutionen geben, deren Ordnungssinn nicht mit dem genannten "Urbanen-Spielplatz-Prinzip" vereinbar sein wird, an erster Stelle das Ordnungsamt. Wenn qualitativ hochwertige Graffiti entstehen, die Leuten gefallen, rufen diese nicht die Stadt an, um diese zu loben. Es fehlt also positives Feedback. Hingegen rufen Menschen, die ein unlesbares Tag auf ihrer Eigentumswohnung haben, bei der Stadt an, um sich zu beschweren. Die öffentliche Seite ist also mit konzentrierter Abneigung konfrontiert, die positiven Aspekte dringen nicht zur Verwaltung durch (vgl. Kittel 2011).

Die Verhandlungen vor Ort stellten sich innerhalb des 10-monatigen Forschungsprozesses positiver heraus, als angekündigt. Verwalterische Institutionen wie das Planungsamt, das Ordnungsamt, das Jugendamt und das Stadtvermessungsamt waren offen für ernsthafte Gespräche, stellten Informationen und Kontakte und halfen bei der Erzielung der Forschungsergebnisse. Um jedoch alle diese Instanzen der Verwaltung aktiv in den Umsetzungsprozess der Idee mit einzubinden bedarf es einer Genehmigung der Oberbürgermeisterin Dagmar Szabados und des Dezernats für Planen und Bauen. Die Motivation verschiedener wichtiger Verwaltungsämter ist eine gute Basis für die Antragstellung.

Zusammenfassung Frame

Halle eignet sich nach Untersuchung der Rahmenbedingungen für einen neuen Umgang mit Urban Art in der Stadtentwicklung. Die Graffiti-Szene ist regional deutlich stärker ausgeprägt als in den anderen ostdeutschen Großstädten. Design und Kunst werden durch die Kunsthochschule geschult und ziehen kreative AkteurInnen an. Streetart hat dadurch Akteursgruppen und Interessierte und wird in der Stadt betrieben. Die bekanntesten AkteurInnen Klub 7 und Carl Toon sind inzwischen in anderen Regionen aktiv, doch auch ihnen diene Halle als Plattform ihrer Kunst.

Die Studie über Graffiti in Halle bestätigt die generellen Erkenntnisse des theoretischen Kapitels (vgl. S.31 ff.). Graffiti wird von dem Großteil der AkteurInnen als Kunst und Kreativitätsausdruck betrieben, die Akteursprofile weisen auf kreatives Potential hin und ähneln dem Pionierprofil der AufwertungspionierInnen.

Die Bevölkerung schätzt qualitätsvolle Graffiti als Umfeldaufwertung. Legale Flächen fördern Qualität, beide zusammen fördern Akzeptanz.

Die Ablehnung von Graffiti richtet sich gegen die Illegalität und ist altersabhängig. Graffiti ist hinsichtlich der Akzeptanz von der jungen Bevölkerung geprägt. Diese ist mit der Bewegung aufgewachsen, während die Menschen über 45 Jahren davon "überrannt" wurden, dementsprechend andere Werte und anderes Verständnis aufweisen. Bei qualitativer Untersuchung akzeptieren 88% Graffiti an legalen Flächen oder unbewohnten Häusern und 51% befürworten die Errichtung legaler Flächen. Die Arbeit mit offiziellen Flächen bietet sich in Halle also von Akteurs- und Publikumsseite an. Halle hat Freiräume, eine große Anzahl Brachen, unbewohnter Häuser und zentraler, ungenutzter Flächen.

Das Stadtimage von Halle ist noch offen. Obwohl Halle viele Potentiale hat, besonders kulturhistorische Highlights, fehlt es an der richtigen Vermarktung und an finanziellen Mitteln. Hinsichtlich der Kreativität, die zwar im Leitbild steht, doch nicht weiter in Zielen verfolgt wird, ist Halles Image nicht vorzeigbar. Es sind auch hier kreative Potentiale in Fülle gegeben, doch der Erkennbarkeit und der Wirkung im öffentlichen Raum werden wenig Freiräume gegeben. Aus diesem Grund schlagen sie sich nicht imagetechnisch nieder. Kreatives Stadtklima kann nicht geplant werden, sondern muss durch die Bewohner produziert werden. Die Stadt kann hierfür nur die Räume stellen. Und gerade Halle hat diese Räume, und keine andere Möglichkeit als sie der Bevölkerung zu stellen, da jegliche Finanzierung für Projekte fehlt. Das Stadtmarketing ist gegenüber visionären Projekten offen, doch es fehlen besagte Visionäre. Stadtmarketing mit Urban Art ist ein neuer Ansatz, der so noch nicht behandelt wurde. Die Ideen fanden Anklang, jedoch ist ein handlungsfähiges Netzwerk von AkteurInnen notwendig, um über die Möglichkeiten und Herangehensweisen von Streetart und Graffiti als Gestaltungsinstrument zu informieren.

Generell kollidiert das hohe Urban Art-Aufkommen mit der stadtplanerischen Ausrichtung Halles, die auf eine Etablierung als Hochkultur-, Denkmal- und Wissensstandort abzielt. Gerade die hohe Denkmaldichte und die damit verbundene konservative Gestaltung städtischen Raumes in der Innenstadt lassen sich schlecht mit Urban Art kombinieren.

Der Einsatz von Urban Art- Stadtentwicklung ist von politischer Seite differenziert zu betrachten. Die Verwaltungsstrukturen sind teilweise aus DDR-Zeiten übernommen und gehen in ihrem Stadtentwicklungskurs keinerlei Risiken ein, so verfolgt beispielsweise Leipzig eine Null-Toleranz-Strategie. Mit Urban Art als Gestaltungspartizipation für die Bevölkerung als städtisches Spiel, jenseits der Illegalität,

wird ein neuer Partizipationsansatz verfolgt. Solche Ansätze erfordern visionäres Denken und vor allem Umdenken von Urban Art als Instrument städtischer Beteiligung und Reflektion. Die Kontaktherstellung zu Ämtern in Halle war einfach zu bewerkstelligen und die Offenheit hinsichtlich einer fokussierten Stadtentwicklung mit Urban Art war gegeben. Halles Verwaltung erwies sich entgegen den Erwartungen und Erfahrungen aus Leipzig als kooperativ und interessiert.

Halle hat mit der Begründung des Halle gegen Graffiti e.V. eine Institution gegen Graffiti etabliert, welche auf härtere Bestrafung anstatt auf räumliche Steuerung des Phänomens abzielt. Der Einstellung zum Kreativitätspotential von Graffiti und Streetart fehlt der ökonomisch überzeugende Beweggrund, Risiken dafür einzugehen. Das Forschungsprojekt Rolling Urbs fand nicht die ausreichende Förderung, um Stadtentwicklung mit Streetart zu testen. Hierbei scheiterte es aber an den Bundesmitteln, die Kulturstiftung Sachsen-Anhalt unterstütze das Projekt. Anscheinend ist der Bundeskulturstiftung das Potential von Urban Art zur Stadtentwicklung nicht bekannt, oder nicht signifikant genug. Lokales und regionales Interesse waren gesichert, denn das Projekt hatte alle nötigen Voraussetzungen geschaffen und AkteurInnen sowie lokales Sponsoring aggregiert.

Da die Umsetzung solcher Projekte an öffentlichen Fördermitteln zu scheitern scheint, muss eine Vision wie das Urban Art Festival finanziell mehrheitlich von privater Seite getragen werden. Dafür sprechen auch die höhere Risikobereitschaft und die schnellere Umsetzungsmöglichkeiten von privatwirtschaftlichen Projekten. Durch den hohen Innovationsgehalt einer solchen Stadtentwicklungs-idee, können eventuell die nötigen Förderungen privat erbracht werden.

Um dies zu gewährleisten, muss die Idee kreativ vermarktet und über Internetplattformen promoted sowie visualisiert werden. Trotz Motivation und Interesse bedarf eine Initiierung und Durchführung von öffentlicher Seite Genehmigungen aus oberster Instanz und erfordert hohen Verwaltungsaufwand. Hinsichtlich einer spontanen Umsetzung und Bottom-up-Stadtentwicklung scheinen die langwierigen Verwaltungsprozesse hinderlich.

Die Rahmenbedingungen sprechen für einen Einsatz von Urban Art zur Stadtentwicklung. Das Interesse in Bevölkerung und Verwaltung ist hoch. In erster Linie soll die rege Aktivität der Szene stadtgestalterisch genutzt werden und in zweiter Linie sollen diese Tätigkeiten fokussiert werden, da sie mit anderen Stadtentwicklungszielen in Konflikt treten.

3.2 FOKUS

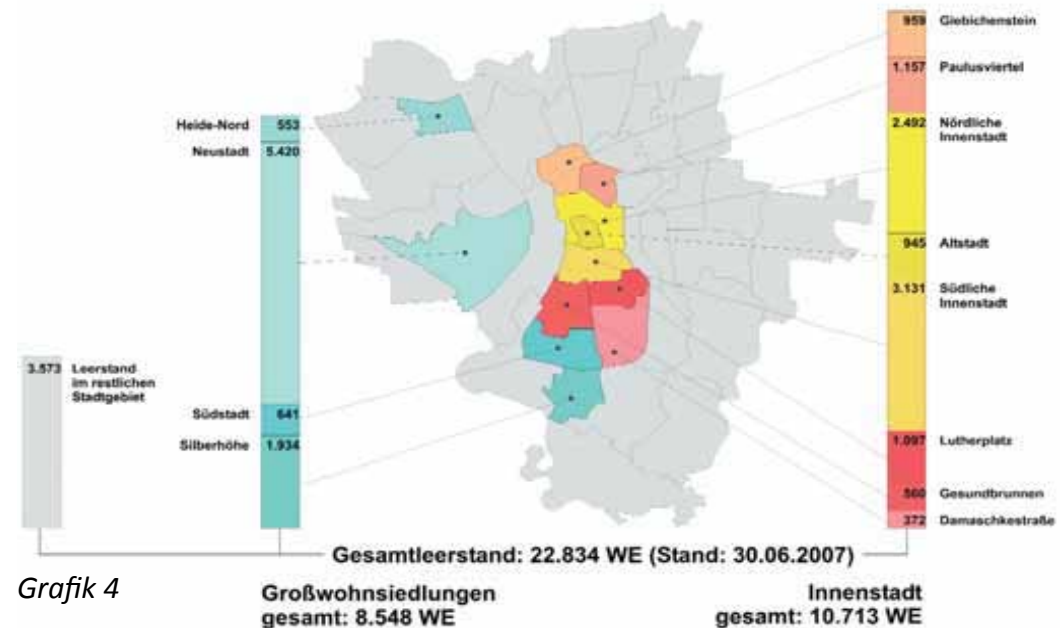
Der Fokus untersucht ein konkretes Gebiet, um das Projekt zu lokalisieren und um somit die Realisierung zu verorten und zu prüfen. Der Fokus besteht aus folgenden Punkten:

- Leerstandsverteilung
- Halle Ost-Freiimfelde
- Freiimfelde: Chancen und Mängel
- Zusammenfassung Fokus

Leerstandsverteilung

Angenommen Halle erkennt offiziell das Potential einer neuen urbanen Partizipation an, heißt es für die Organisatoren ein passendes Experimentierfeld zu finden. Halles Leerstand ist vielfältig und konzentriert sich an verschiedenen Orten, jedoch nicht zur Gänze. Teile der Wohnungen in betroffenen Straßen sind bewohnt und die Infrastruktur ist intakt. Durch den Leerstand, der auch in Innenstadtgebieten vorkommt, ist die Stadt durchzogen mit "Möglichkeitsarchitektur", urbanen Leinwänden und freiem Inszenierungsraum.

Halle scheint für den Einsatz von Urban Art geeignet, um Leerstandsbewusstsein zu schaffen. Nach eingehender Ortsbesichtigung stellt sich aber heraus, dass sich die Leerstandssituation anders verteilt, als vermutet. In der leeren Großstadt Deutschlands ist der Leerstand seit 2002 rückläufig, unterstützt durch das staatliche Stadtumbau Ost-Programm, mit dessen Förderung Wohnraum teilweise oder ganzheitlich zurückgebaut wird. Dennoch ist der Leerstand in Halle sowohl in den Plattenbaugebieten als auch in den Altbaugebieten massiv (vgl. ISEK Halle 2007). Dieser konzentriert sich in verschiedenen Gebieten, dennoch gibt es keine kompletten Straßenzüge oder Gebiete, die funktionslos sind. Selbst in den Bezirken mit dem höchsten Leerstand sind vereinzelt Wohnungen bewohnt, vereinzelt befinden sich auch sanierte Häuser darunter, die komplett vermietet sind. Zudem stellt sich der Autoverkehr in Halle als penetrant heraus. Selbst teilweise unbewohnte Straßen sind mit Parkverkehr versehen. Das zeugt sowohl von Belebung als auch von hohem Individualverkehr, irritiert aber hinsichtlich des Leerstandes, vor dem geparkt wird.



Grafik 4

„Der Leerstand im Altbau konzentriert sich in der Altstadt und den Innenstadtvierteln sowie im Gründerzeitgürtel. Dort werden seit Jahren überdurchschnittlich hohe Leerstandsquoten von z. T. über 25 % erreicht (Innenstadtviertel). Ausgeprägt ist ein Zusammenhang zur Verkehrsbelastung. Die meisten Hauptstraßen im Altbaubereich, insbesondere die „Einfallstraßen“ bzw. Stadteingänge, sind stark vom Wohnungsleerstand gekennzeichnet“ (ebd., S.35). Die Abbildung erschien auf dem Flyer des ExWoSt-Forschungsprogramms für Halle und zeigt die Leerstandsverteilung in den Stadtumbaugebieten. Besonders in der Südstadt, sowie in nördlichen Gebieten der Innenstadt gibt es hohe Leerstandquoten. Hier bezieht sich der Leerstand großteils auf Altbaubestände. Im Westen befindet sich (blau) das Plattenwohngebiet Halle Neustadt und im Süden das Plattenbaugebiet Silberhöhe (ebenfalls blau). Diese Großwohnsiedlungen sind Relikt des sozialistischen Städtebaus und seit der Wiedervereinigung von massiver Abwanderung betroffen, denn der Trend tendiert weiterhin zum Altbau (vgl. ebd). Hinsichtlich des Vorhabens eignet sich die Arbeit mit Urban Art vorzugsweise in den Altbaubeständen nahe der Innenstadt, da sich Urban Art zur Innenstadt hin zentriert und der experimentelle Spielraum in Gründerzeitvierteln vielfältiger ist, als es in den weitläufigen Großwohnsiedlungen der Fall wäre.

Somit wird für die Fallstudie der innenstadtnahe Altbaubestand näher untersucht hinsichtlich seiner Potentiale für eine Urban Art Area. Die Abbildung wurde mit der Leerstandsstatistik des Isek abgeglichen, welche Leerstände nach Vierteln beschreibt.

Tab.3: Leerstand in Halle nach Stadtteilen

Tab. 4.9: Übersicht über Leerstandsquoten der Stadt Halle (Quale nach Stadtvierteln)¹, jeweils zum Jahresende

Stadtviertel	2000 (vor Stadtbau) Anteil in %	2005 Anteil in %
101 Altstadt	30,4	27,5
102 Südliche Innenstadt	29,2	24,9
103 Nördliche Innenstadt	29,4	27,3
204 Faulstichviertel	22,7	18,4
205 Am Wasserum	8,5	14,9
206 Landrin	2,0	3,4
207 Proke Zukunft	0,4	3,0
221 OL Trotha	9,1	9,9
222 Industriegebiet Nord	24,1	37,0
223 G. Keller-Siedlung	2,4	2,7
230 Giebichenstein	17,3	19,5
231 Seebau	5,4	8,5
232 Torna	21,6	29,2
233 Moldich	3,3	3,2
307 Freimfelde	31,2	37,8
310 Dueselstraße	1,8	4,3
380 Dornitz	21,5	24,9
381 Dautsch	0,8	0,9
382 Reideburg	5,4	3,7
383 Büschdorf	4,9	5,2
388 Karona	4,8	5,9
411 Leiharplatz/Thur. Str.	19,7	19,1
412 Gesundbrunnen	9,3	9,0
413 Südstadt	12,1	4,3
418 Damaschkestraße	11,3	8,7
451 OL Ammendorf/Beesen	13,8	13,1
452 Radewell/Osendorf	7,4	7,0
460 B. Ribarg/Wormitz	20,6	14,3
461 Silberhöhe	37,4	24,5
571 Nördliche Neustadt	20,1	17,0
572 Südliche Neustadt	14,3	14,1
573 Westliche Neustadt	24,6	22,1
581 OL Lethen	4,4	2,8
582 Halde-Nord/Blumenau	20,4	12,8
590 Saale	27,7	29,5
591 Krißwitz	8,0	7,4
592 Halde-Süd	4,5	3,4
593 Nottleben	7,5	4,7
595 Orlau	3,3	2,9
Gesamt	19,8	14,7

¹ ohne Stadtviertel mit weniger als 100 Einwohnern; Rotblau hervorgehoben: Stadtbaugebiete
Quelle: FB Bauordnung und Denkmalschutz

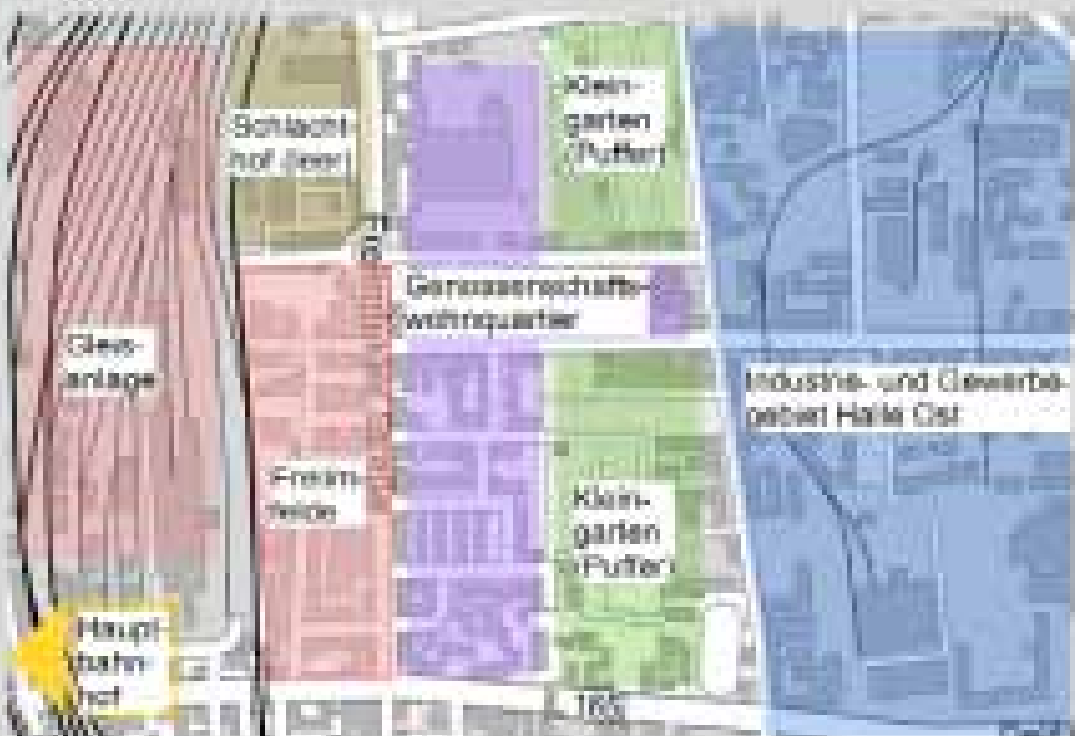
Die blau hervorgehobenen Quartiere weisen eine Leerstandsquote von über 30% auf. In diesen Gebieten fand eine Ortsbegehung statt, um die Voraussetzungen für Urban Art zu prüfen. Die Auswahl fiel dabei auf Freimfelde, ein kleines Quartier neben dem Hauptbahnhof. Die Begründung folgt in der Quartiersbeschreibung.

Halle Ost - Freimfelde

Das Gebiet Halle Ost erstreckt sich östlich des Hauptbahnhofes und hat Isolationsscharakter. Der größte Teil von Halle liegt westlich des Bahnhofes. Wie auf der Karte zu sehen, verlässt man den Bahnhof „normalerweise“ linksseitig gen Westen und nähert sich dann der Innenstadt. Halle Ost besteht unmittelbar hinter dem Bahnhofsausgang aus dem alten Bahngelände des Güterbahnhofes, der revitalisiert wird und zum größten Güterbahnhof Ostdeutschlands werden soll. Dies ist also immer noch Bahnhofsgelände und Gleisanlage. Darauf folgt das Gründerzeitquartier Freimfelde. Folgt man der Delitzscher Straße weiter in den Osten, gelangt man zunächst in ein schönes, funktional intaktes Wohngebiet, welches aus Zeilenbauten besteht. Hier ist die versorgende Infrastruktur gesichert, es gibt zwei Kindergärten, Kirchen, Schulen und zwei Sportstätten. Dieses Wohngebiet ist ein Genossenschaftswohngebiet und bedarf keinerlei dringender Planungen aufgrund seiner Funktionalität. Als Puffer zum anschließenden Gewerbe- und Industriegebiet liegt östlich des Genossenschaftsquartiers noch eine Kleingartenanlage, die vor Lärm und Schmutzbeeinträchtigungen schützt. Das Industrie- und Gewerbegebiet, das vorwiegend aus klein- und mittelständischen Betrieben besteht, ist die prägende Nutzung im Osten. Der Stadtbauprozess findet im gesamten Hallenser Osten nicht statt, das Gebiet hat isolierten Status. Aus dem Konjunkturpaket II sollen lediglich Infrastruktureinrichtungen verbessert werden, um Industrie- und Wirtschaft im Gewerbegebiet zu unterstützen (vgl. Mirtschink 2011).

Halle Ost im Kontext

Halle Ost ist umgeben von Gewerbestreifen. Die Isolation lässt sich in gesamtsiedlerischer Betrachtung klar identifizieren (linke Grafik). Das Gründerzeitquartier Fremdenfeld schließt an das Bahngelände an und bildet den Übergang zum Genossenschaftsquartier, welches in sich geschlossen fungiert. Kleingartenanlagen bieten einen Puffer zwischen dem Wohngebiet und der Industrie- und Gewerbenutzung, die sich nach Osten hin fortsetzt und das gesamte Stadtgebiet dominiert (Grafik unten).



Karte 3: Halle Ost im Kontext



Freiimfelde

Das Plangebiet ist das klar definierbare Gründerzeitquartier im Anschluß an den Bahnhof und trägt den Namen Freiimfelde. Das Gründerzeitquartier, welches Anfang des 20. Jahrhunderts östlich des Bahnhofes etabliert wurde lag aufgrund seiner freien Lage außerhalb der sonstigen Stadt "frei im Feld". Von je her ist dieses Gebiet ein Arbeitergebiet, schon früher war der Osten gekennzeichnet von Handwerk und Industrie. Das Wohngebiet diente den Arbeitskräften des alten Schlachthofes, der Zuckerfabrik, der Schokoladenfabrik sowie den Arbeitern der kleinen Handwerks- und Industriebetriebe als Wohnstandort. Da Halle Ost immer ein Industriestandort war, galt es als industrielles, isoliertes Gebiet, und dementsprechend fiel auch das Wohnquartier Freiimfelde in seiner reinen Funktionalität "auf der anderen Seite" durch das Raster städtischer Aufmerksamkeit und verprühte nie besondere Attraktivität (vgl. ebd.).

Die bauliche Situation, die fehlenden Planungen und die isolierte aber dennoch zentrale Lage sind die Hauptkriterien der Auswahl. Wie vorher beschrieben, kollidieren die Urban Art Tätigkeiten in der Innenstadt Halles mit der planerischen Ausrichtung als Denkmalstadt der Klassik und der Wissenschaft. Für Freiimfelde liegen keine Planungen vor, es liegt innenstadtnah am Bahnhof und besteht aus großenteils verlassener Altbausubstanz. Durch die Isolation lohnt sich das Experiment mit Urban Art, da es hier nicht mit den sonstigen Planungen für die klassische westliche Stadtmitte kollidiert. Als Plangebiet wurde Freiimfelde gewählt, begrenzt durch die Landsberger Straße und die Freiimfelder Straße. Nach Süden hin ist die Grenze die Delitzscher Straße, welche als Hauptverbindungsachse weiter in den Osten führt. Nach Norden hin wird das Gebiet durch die Reideburger Straße begrenzt, nördlich davon schließt die Ruine des alten Schlachthofes an. Die Landsberger Straße wird mit der Freiimfelder Straße durch die Querstraßen Krondorfer-, Büschdorfer-, Sagisdorfer-, Grimm- und Herbartstraße verbunden (von Süd nach Nord). Für das gesamte Gebiet liegt eine Erhaltungssatzung vor, die aber kaum umsetzbar ist, da die Stadt keine Mittel hat, um die Erhaltung zu sichern oder die Gebäude zu übernehmen.



Abb.77

Abb.78: Landsberger Straße

Freiimfelde

Das Quartier Freiimfelde wird nördlich durch eine Brachfläche und den anliegenden alten Schlachthof begrenzt.

Im Osten bildet die Freiimfelder Straße die Grenze zum Genossenschaftsquartier. Die Delitzscher Straße im Süden ist die Hauptachse durch Halle Ost und führt zum Hauptbahnhof. Der westliche Gleiskorridor schließt das Quartier in Richtung Hauptbahnhof ab. Die große Gleisbrücke welche über die Delitzscher Straße führt, fungiert optisch und baulich als Tor (Foto unten).

Gleich hinter dem Tor wartet die Landsberger Straße, welche durch das Plangebiet führt. An ihr reihen sich leerstehende Bauten und stark marode Bausubstanz (siehe Fotocollage rechts).

Freiimfelde ist ein geschlossenes Quartier. Funktionale und bauliche Unterschiede zum Umfeld werden durch die Infrastruktur unterstrichen.



Karte 4: Freiimfelde

Freiimfelde: Mängel und Chancen

Mängel

Das Gebiet ist isoliert und befindet sich außerhalb der städtischen Aufmerksamkeit. Von einem Geographiestudenten aus Halle als „Stiefsohn Halles“ gekennzeichnet, spricht dieses Image für Vernachlässigung. Die Nachfrage nach Wohnraum ist gering. Die Gleise des Hauptbahnhofes sowie aufwendige Kfz-Infrastruktur um den Bahnhof herum isolieren das Gebiet von dem Innenstadtkern Richtung Westen.

Freiimfelde ist von großteiligem Leerstand betroffen. Es handelt sich um unsanierten Altbau, der teilweise unbewohnbar ist, gemischt mit altindustriellen Brachen.

Als visuell dominantes Gewerbe erschließt sich dem Besucher, der den Bahnhof Richtung Osten verlässt, ein Bordell (vgl. Abb. 79). Im weiteren Verlauf der Delitzscher Straße folgt ein zweites Bordell, hier schon im Industrie- und Gewerbegebiet, welches hauptsächlich durch kleinteiliges Gewerbe geprägt ist (Autohandel, Tankstellen, Mietservice, Dienstleistungen).

Die städtebauliche Situation von Freiimfelde ist als kritisch einzustufen. Sowohl wirtschaftlich als auch sozial ist das Gebiet heruntergekommen und vermittelt einen vernachlässigten Eindruck. Die Ladenlokalstruktur in Freiimfelde ist unfunktional. Wie auf folgender Abbildung zu sehen ist, stehen die meisten Ladenlokale im Gebiet leer. Besonders in der Landsberger Straße ist der Ladenleerstand nahezu ganzheitlich. Eine grobe Erfassung der generellen Hausleerstände bestätigt die desperate Situation der Landsberger Straße. In Teilen der Straße stehen fast gesamte Häuserreihen zur Straße hin leer. 25 der 42 Häuser, welche direkt an der Landsberger Straße liegen, stehen leer, also 59,5 %. Durch Unzugänglichkeiten der Innenhofstrukturen sind die Leerstände hier nicht messbar, jedoch verstärken Einblicke in die Höfe den negativen Eindruck. Die marode Bausubstanz ist teilweise nur durch sehr aufwendige Investitionen zu renovieren. Decken sind durchbrochen, Fassadenteile herausgefallen, Pflanzen wachsen in Zimmern, auf Fußböden und Balkonen und treiben die Verwitterung voran (vgl. Abb. 77).

Ein altes Industrieareal ist Ende April 2011 eingestürzt und führt zur teilweisen Sperrung der Landsberger Straße. Für Aufräumarbeiten oder Sicherung fehlen Zuständigkeiten und Mittel.

Das Gebiet gilt in Beschreibungen des Sozialraummanagements als sozialer Brennpunkt. "Im Stadtteil leben sozial benachteiligte und von Ausgrenzung bedrohte junge Familien, alleinerziehende Eltern und Großfamilien mit drei und mehr Kindern mit teilweise komplexen Problemlagen" (vgl. Sozialraummanagement 2011).



Abb.79

Leerstand Freiimfelde



Karte 5: Leerstand in Halle

Chancen

Der Stadtteil Freiimfelde ist mit direktem Anschluss an den Hauptbahnhof Halle ein zentrales Gebiet. Es ist von der Lage hervorragend an Innenstadt und regionale Infrastruktur angebunden. Durch seinen isolierten Charakter kann das Gebiet eine eigenständige Identität entwickeln, wenn sich Planung und Stadtentwicklung dahingehend konzentrieren.

Im Norden grenzt das Areal des alten Schlachthofes an. Die Brachfläche ist aufgrund ihrer Hofstrukturen und ihrer industriekulturellen Architektur ein interessantes städtebauliches Gebiet. Es gab verschiedene Wettbewerbe und Entwürfe für die Umnutzung, jedoch fehlen Umfeldattraktivität und finanzielle Mittel. Denn der Schlachthof ist stark von Vandalismus betroffen, und viele der Gebäude scheinen nicht restaurierbar aufgrund der stark voranschreitenden Verwitterung. Als Chance ist der Schlachthof zu sehen, da in diesem Areal eine vitale Urban Art Szene herrscht. Verschiedene qualitativ hochwertige Graffiti prägen die vielfach gefliesten Untergründe, aber auch Streetartists nutzen das Gelände, um ihre Werke zu präsentieren. Das Gebiet dient also als eine "semilegale" Hall of Fame und signalisiert Urban Art-Aktivität auf gutem Niveau, allerdings im Schatten des Vandalismus. Als angrenzendes Gebiet mit charakteristischer Architektur ist der Schlachthof ein prägnanter baulicher Fixpunkt.

In der Landsberger Straße selbst hält sich das Urban Art-Vorkommen in Grenzen. Aber auch hier ist Urban Art zu beobachten, Mezon lässt hier bevorzugt seinen Schweinen Auslauf. Das Quartier Freiimfelde und besonders das nähere brachliegende Umfeld werden also von Urban Art-AkteurInnen aufgesucht. Wegen der Verlassenheit von Schlachthof und Gleisboulevard zentrieren sich Urban Art Werke dort stärker als in der teilweise bewohnten Landsberger Straße. Es besteht also künstlerisches Potential, präsentiert sich aber bislang an Orten außerhalb öffentlicher Zugänglichkeit.

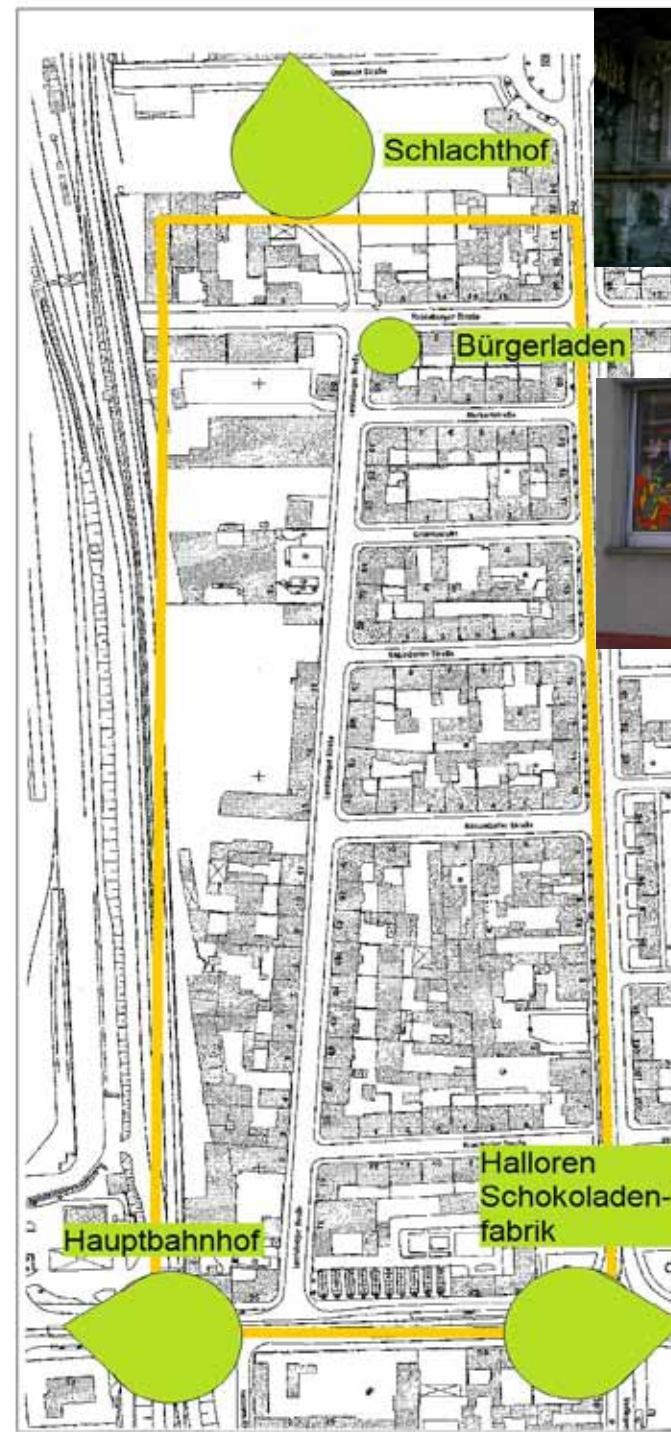
Abb.80+81:Urban Art am Schlachthof



Im weiteren Umfeld des Hallenser Ostens stellt die Hallorenfabrik, international als älteste Schokoladenfabrik Deutschlands, einen touristischen Anlaufpunkt dar. Die Schokoladenfabrik und die verbundene Industriekultur sind Wahrzeichen der Stadt, und besonders asiatische Gäste werden in Bussen dorthin chauffiert, um sich neben der Besichtigung gleich mit Schokolade zu Outletpreisen einzudecken. Besucher, die diesen Ort anfahren, durchqueren Halle Ost und somit zuerst Freimfelde. Die Route zu dem touristischen Anlaufpunkt vermittelt Besuchern ein stark unrepräsentatives Bild. Das Potential der Schokoladenfabrik bleibt nicht nur ungenutzt, sondern die Route vermittelt einen schlechten Eindruck, den Touristen zwangsweise beim Besuch der Fabrik aufnehmen (vgl. Voß 2011). Dennoch ist die Fabrik ein Potential für Freimfelde, da es Besucher in den Osten zieht und somit eine Besucherfrequenz aufweist, die für ergänzende Attraktionen, wie eine Urban Art Area, genutzt werden kann.

Die EinwohnerInnenstruktur zeigt, dass 38 % Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene sind, also unter 34 Jahren. Die Quote ist im städtischen Vergleich besonders hoch und das Quartier wird somit als besonders junges Quartier eingestuft. In den letzten Jahren haben sich auch einige Studenten niedergelassen, Tendenz steigend. Es ist also großteils eine Bevölkerungsschicht vorhanden, die Urban Art gegenüber offen ist. Um den sozialen Mängeln im Quartier entgegenzusteuern gibt es einen Bürgerladen, der Familienberatung, Hausaufgabenbetreuung und Information anbietet, also als Kommunikationsplattform dient.

Des Weiteren hat das Sozialraummanagement für das gesamte Wohngebiet eine "Quartiersrunde Freimfelde" eingerichtet. BewohnerInnen und soziale AkteurInnen versuchen hier Ideen und Projekte anzustoßen, beispielsweise das Familienfest im April 2011 (vgl. Sozialraummanagement 2011).



Karte 6: Umfeldchancen in Freimfelde

Zusammenfassung Fokus

Urban Art eignet sich Halle Freiimfelde zur Stadtentwicklung. Freiimfelde ist zentral gelegen und sowohl lokal als auch regional direkt für EinwohnerInnen und BesucherInnen erreichbar. Der Eindruck des Gebietes ist genauso wie sein Ruf: heruntergekommen. Das Bordell markiert sofort am Eingang das „sozial kritische Milieu“.

Jedoch ist gerade solch ein Umfeld passend, um mit subkultureller Stadtgestaltung zu arbeiten. Abgelegene Orte in zentraler Lage sind der bevorzugte Raum für Streetart und Graffiti. Rotlichtmilieus und günstiger Altbauwohnraum mit Leerstand kann als Nährboden für subkulturelle und alternative Stadtentwicklung angesehen werden. Schon in Hamburg mutierten die Rotlichtmilieus zu „Szenekiezen“, Geringe Mieten und das zwielichtige Image ziehen alternative Lebensstile an und sorgen für ein gemischtes Ambiente. Dementsprechend bietet Halle Ost trotz oder gerade aufgrund seiner sozialen Funktion und Prägung den Nährboden für städtisches Experiment.

Zudem hilft die isolierte Lage des „Hinterhof-Quartiers“, Urban Art zu konzentrieren. Die Stadtentwicklung kann sich innerhalb des westlichen Zentrums weiterhin auf Stadtumbaumaßnahmen und historisch klassische Aufwertung konzentrieren, während der Ostteil Spielplatz für die kreative Szene Halles wird. Urban Art inszeniert dieses Gebiet entsprechend. Da sich Urban Art ebenfalls gesellschaftlich an der Schnittstelle zwischen Gegenkultur und Kultur bewegt, kann die Kunst der Straße den Stadtteil in seinem alternativen Image stärken.

Das Quartier ist in seiner Entwicklungsperspektive offen, es liegen keine Planungen vor. Dementsprechend kann hier Urban Art als temporäre Inszenierung vorbereitend wirken und kollidiert nicht mit sonstigen Planungen. Die Bevölkerungsstruktur in Freiimfelde spricht für eine Stadtentwicklungsarbeit mit Urban Art, da es ein "junges Quartier" ist. Die zuständige Sozialraummanagerin Ute Engelhardt, Expertin für das Gebiet, unterstützt Idee und Konzept der "Urbanen Leinwand" im Namen des Jugendamtes ideell. Auch sie stellt sich vor, unter gegebenen sozialen Rahmenbedingungen mit dem Projekt positive Wirkungen in dem Gebiet zu erzielen.



Abb.82

4. Urban Art Festival in Halle Freimfelde

Nachdem das Urban Art Festival in Halle lokalisiert wurde und sich eine passende Örtlichkeit (Urban Art Area) gefunden hat, werden Ansätze zur realistischen Umsetzung dargestellt. Rein baulich sind die Voraussetzungen überaus günstig, um aus Freimfelde ein beeindruckendes Denkmal zu schaffen. Mindestens genauso wichtig ist die Organisation. Ein solches Projekt kann nur durch Vernetzung vieler AkteurInnen und Beteiligter umgesetzt werden. Dazu gehört nicht nur die Stadt als Vermittlerin und die AkteurInnen der Kunst, es sind auch die EigentümerInnen und die BewohnerInnen des Quartiers, die in dem aufwändigen Prozess mitwirken müssen.



Abb.83

4.1 Organisation

Zur Realisierung des Projektes benötigt es einen entscheidenden AkteurIn , der/ die sich um die Organisation, die Zusammenarbeit und die Koordination kümmert. Im Idealfall wäre das eine Person, die sich eingehend mit der Thematik beschäftigt hat. Allerdings sollten sich diese Person(en) als Rechtsform für einen Verein entscheiden. Denn als Verein ist die Abwicklung hinsichtlich Versicherung, Haftung und Förderung einfacher und günstiger, außerdem stellt der Verein eine gute Verhandlungsbasis mit sonstigen Behörden dar. Der Verein ist in diesem Fall Schnittstelle aller Beteiligten und steht als Initiator und Verantwortlicher hinter dem Projekt. Beispielsweise würde sich hier der Graffitiverein anbieten, der seinen Sitz in der Nachbarstadt Leipzig hat, und mit der Organisation von Events der Urbanen Kunst vertraut ist. Institutionen wie der Verein HausHalten oder Postkult e.V. unterstützen das Projekt organisatorisch vor Ort. Der Verein HausHalten arbeitet mit dem "Wächterhauskonzept" für die Überlassung leerstehender Bauten an Zwischennutzer und verfügt über langjährige Erfahrung. Der Verein Postkult hat sich mit verschiedenen Garten- und Kulturprojekten in Halle einen Ruf als "spontaner Stadtentwickler" erarbeitet. Dieser Verein war mit Zwischennutzungen maßgeblich an anderen Aufwertungsprozessen beteiligt, beispielsweise mit dem Stadtgarten während der IBA im Stadtumbaugebiet Halle Glaucha. Als Zentrale für die Organisation vor Ort kann der Stadtteilladen Freimfelde hinzugezogen werden. Hier sind Räumlichkeiten für Planung und Organisation sowie soziale AkteurInnen, die für Vernetzung und Zusammenarbeit wichtig sind, vorhanden.

4.2 Vorbereitung

Das Quartier muss auf den Event vorbereitet werden. Hier ist es entscheidende Aufgabe des Vereins, die Flächen vorbereitend zu bearbeiten, um das Urban Art Festival möglichst konfliktfrei abzuwickeln. Peter Gaudig, Sozialarbeiter der Stadt Halle, empfiehlt die Kooperation mit straffälligen Graffitimalern. Das Pensum ihrer Sozialstunden können sie dann bei den Aufräum- und Vorbereitungsarbeiten für das Festival abarbeiten. Diese Jugendlichen und jungen Erwachsenen sind "Experten" auf dem Gebiet der Straßenkunst, und können durch ihre Kenntnisse und Anteilnahme einen wichtigen Beitrag zum Gelingen des Events leisten. Der

Verein und besagte Sprüher räumen Freiflächen frei von Schutt und Schrott, sichern gefährlich marode Stellen, konzipieren Versorgung, Verteilung und Ablauf des Festivals und bereiten Gestaltungsflächen vor.

Im Idealfall wird die Einrüstung von Fassaden wird von städtischer Seite getragen, welche über "hauseigene" Gerüstbestände verfügt. Als Alternative bleiben die "Gerüstspende" oder der kostenpflichtige Verleih. Der Graffiti Verein erklärte sich bereit die bauliche Vorbereitung auf ehrenamtlicher Basis mitzutragen (vgl. Kittel 2011). Das Grünflächenamt muss über die Vorbereitung der Freiflächen informiert werden. Zum einen sind Richtlinien einzuhalten, die die Freilegung und Beschneidung von Grün- oder Freiflächen festsetzen, zum anderen verfügt das Amt über Personal, welches bei der Vorbereitung der Flächen unterstützend tätig werden kann (vgl. Gaudig 2011). Am nördlichen Ende des Plangebietes ist ein großer Holzfachmarkt. Dieser kann mit Materialien die Vorbereitung unterstützen, beispielsweise mit Holz für die Fensterversiegelung der Leerstände, oder für stückweise Verkleidung ganzer Fassaden, um eine bessere Gestaltungsgrundlage und Reversibilität zu sichern. Die Unterstützung kann gleichzeitig als Promotion genutzt werden. Es zeigt sich, dass der Event nur bei der Vernetzung verschiedener Instanzen funktioniert und hohe Motivation erfordert.

4.3 Netzwerk

Dass Halle das Personal hat, um solch eine Vernetzung und Entwicklung zu stemmen, zeigt die Geschichte von Halle Glaucha. Das Viertel im Süden hatte mit einer hohen, unsanierten Leerstandsquote und sozialer Stigmatisierung zu kämpfen. Im Rahmen der IBA und des Stadtumbaus hat sich dieses Viertel trotz komplexer Eigentümerstrukturen ganzheitlich verbessert. "Durch Bündelung der wichtigsten Interventionsebenen des Stadtumbaus wie Eigentümermoderation, Städtebaufördermittel, Zwischennutzungen, Imagekampagne, sowie der Initiierung, Stärkung und Vernetzung örtlicher Akteure und kultureller Initiativen" hat sich in Glaucha erfolgreich und schnell ein Aufwertungsprozess durchführen lassen (Räume Öffnen 2011).

Bei der eingehenden Untersuchung des Hallenser Ostens, mit Fokus auf Freimfelde, wurden zahlreiche Interviews durchgeführt. Es stellte sich bei allen befragten Personen und Einrichtungen eine Offenheit und ein Interesse hinsichtlich der Arbeit mit Urban Art heraus. Selbst der "Halle gegen Graffiti e.V." zeigt Interesse und gesteht den Nutzen von legaler, qualitätvoller Arbeit mit Urban Art ein.

Organisatorisches Interesse zeigen der Graffiti e.V. aus Leipzig, und das Stadtplanungsbüro urbanframe, welches bedauerlicherweise mit dem Projekt "Rolling Urbs 72" scheiterte. Gernot Lindemann ist als Eigentümermoderator eine Schlüsselperson im Netzwerk, genauso wie die Agentur für kreative Stadtentwicklung "Die Urbanskis", Experten in Netzwerkverknüpfung und entscheidende Akteure im Stadtumbauprozess Glaucha. Das Stadtplanungsamt, vertreten durch den Experten für Halle Ost, Thomas Mirtschink sowie den Stadtumbaumanager Dr. Stefan Fliegner und den Vorstand des Stadtmarketings in Halle, Stefan Voß waren der Idee offen gegenüber und geben der Entwicklung Chancen. Künstlerisches Interesse zeigten Klub 7 und Boris Hoppek, renommierter Streetartist, sowie wesentliche Urban Art AkteurInnen in Halle, beispielsweise die beiden Graffitiläden "Sure Shot" und "Backyard". Außerdem spricht die Statistik für sich (vgl. S.68 ff.). Das Jugendamt, vertreten durch die Quartiersrunde Freimfelde, verschiedene Streetworker und das Sozialraummanagement stehen geschlossen hinter der Idee und stellten eine Fülle an Initiativen und Herangehensweisen vor Ort vor, die eine Durchführung unterstützen können – ideale Bereitschaft ist von planerischer und sozialer Seite gegeben. Dies bedeutet eine gute Lobby für das Projekt, wodurch die Akzeptanz und Kooperationsbereitschaft in allen Bereichen steigt. Das Projekt wurde mit folgenden Instanzen und Personen kommuniziert und entwickelt:

- Boris Hoppek, Streetartist
- Dezernat für Ordnung und Sicherheit, Zuständigkeit für Graffiti: Herr Ulrich
- Die Urbanskis, Agentur für kreative Stadtentwicklung: Herr Krause et al.
- Eigentümermoderation: Herr Lindemann
- Graffiti e.V., Vorstand: Herr Kittel
- Halle gegen Graffiti e.V. Halle, Vorstand: Herr Schulz
- HausHalten e.V., Mitglied Herr Petrat, Büro: Plantraum
- Kinder- und Jugendbeauftragter Halle: Herr Petrick
- Klub 7, Künstlergruppe, Herr Heinicke
- Postkult e.V., Vorstand: Herr Krause
- Quartiersrunde Freimfelde: Frau Kaufmann et al.
- Sozialraummanagement Halle Ost: Frau Engelhardt
- Stadtmarketing, Geschäftsführung: Herr Voß
- Stadtplanungsamt Halle, Zuständigkeit Halle Ost: Herr Mirtschink
- Stadtumbaumanagement Halle, Manager: Dr. Fliegner
- StreetworkerIn Halle: Herr Gaudig, Frau Reinert, Frau Ströfel (Graffiti Expertin)
- urbanframe Planungsbüro, Geschäftsführer: Herr Amey

Die räumliche Ausrichtung und das Konzept innerhalb des städtischen Kontextes trafen auf Zuspruch und Interesse sowie Motivation zur Mitarbeit. Die AkteurInnen sind ExpertInnen in verschiedenen Bereichen der Stadtentwicklung. Alle wiederum verwiesen auf die weiteren Bereiche, die in ein solches Projekt mit eingebunden werden müssen.

Der Kontakt zu den EigentümerInnen muss hergestellt werden. Dem Verfasser der Arbeit wurde die Einsicht beim Liegenschaftsamt verwehrt, daher kann zu der Eigentümerbereitschaft wenig gesagt werden. Um an diese Kontakte zu gelangen, muss das Projekt von oberster Instanz genehmigt werden, damit die Institutionen offiziell Arbeitszeit und Exekutive auf Freimfelde fokussieren können. Hierfür muss der organisierende Verein einen Antrag bei der Oberbürgermeisterin Dagmar Szabados stellen.

4.4 Eigentum

Alle genannten Personen und Institutionen halfen bei der Frage einer realistischen Umsetzung. Der verantwortliche Verein kann mit diesem Netzwerk im Rücken an die privaten Eigentümer herantreten und das Konzept präsentieren. Die Vielzahl privater und öffentlicher AkteurInnen vermittelt das Interesse und die Entwicklungschancen für das Quartier und stellen eine solide, vielfältige Lobby. Die Mobilisierung des Netzwerkes verlief unerwartet positiv, genauso entscheidend ist aber die Mobilisierung der Eigentümer. Am ehesten sind Eigentümer zu überzeugen, wenn ein schlüssiges Konzept steht und viele offizielle AkteurInnen und Interessensverbände involviert sind. Das Eigentum befindet sich mehrheitlich in privater Hand (nach Auskunft von Fliegner/ Lindemann). Stefan Petrat, Stadtplaner und Akteur im HausHalten e.V., hält die vertraglichen Regelungen mit den Eigentümern für realistisch. Hinsichtlich des Wächterhauskonzeptes ist die reine Nutzung/ Gestaltung von Fassaden einfacher zu bewerkstelligen, da keine ganzheitliche Nutzung stattfinden wird (vgl. Petrat 2011). Der Kontakt mit privaten Einzeleigentümern ist aufwändig, aber die Stadt Halle hat Experten in diesem Bereich, die sich im IBA-Stadtumbaugebiet Halle Glaucha bewiesen haben.

4.5 Finanzierung

Je mehr Akteure vernetzt werden und sich mit Personal oder Arbeitskraft beteiligen, desto geringer fallen die direkten monetären Investitionen aus. Das Netzwerk aus Stadt, Planung, Vereinen und Institutionen ist vielfältig, und bei guter Kooperation und Sponsoring (Gerüste, Material, Farbe) lässt sich viel Geld sparen. Das ist Grundvoraussetzung für die Realisierung, denn Gelder sind nicht verfügbar.

Das Gebiet ist kein Stadtumbaugebiet und auch sonst an keine förderbedingten Planungen angeschlossen. Es gibt also keine staatlichen Städtebaufördermittel. Hinsichtlich des Experimentes ist dies zu begrüßen, da keine formalen Richtlinien und festgesetzten Ziele erreicht werden müssen, die eine Förderung bedingen. Nach Aussage von Herrn Krause bestehen Kontakte zur Bundeskulturstiftung, die solch ein Projekt bezuschussen könnte. Rolling Urbs versuchte dies vergebens. Die sonstige Finanzierung muss über privates Sponsoring und kleinteilige Zuschüsse aus verschiedenen Fördertöpfen laufen. "Die Urbanskis" sind vertraut mit der kleinteiligen Aggregierung von Mitteln und halten es für realistisch, ein kleines Budget einzurichten, aus dem beispielsweise Unterkunft oder Bezahlung der professionellen Streetartists gedeckt werden können. Wenn Materialien gespendet oder organisiert werden, sowie ein Eigenanteil an Finanzen und Arbeitskraft vorhanden ist, kann der Fonds für Soziokultur angefragt werden. Dieser stellt Gelder, um Arbeitskräfte und konzeptionelle Arbeit zu unterstützen. Der genaue Kostenbetrag variiert mit der Sponsorenbereitschaft. Bei ehrenamtlicher Arbeit kostet die Einrüstung einer kompletten Frontfassade über einen Monat hinweg sowie die Vernagelung der Fenster und der grundierende Weißanstrich bei üblichen Materialkosten 2.500€/Fassade (vgl. Kittel 2011). Diese Kosten können durch Materialspende (Gerüst, Bretterverschlüsse, Streichmaterialien) fast komplett kompensiert werden.

4.6 Ausrichtung

Das Quartier Halle Freimfelde wird für zwei Wochen Urban Art Area. Es stehen verschiedene Brandschutzwände zur Verfügung, um die Streetart Fassadengalerie einzurichten. Potentielle Fassaden wurden kartiert (vgl. Karte 7). Rein baulich stehen 19 blanke Brandschutzwände in diesem Gebiet zur Verfügung. Die

genaue Verfügbarkeit ist mit den Besitzern zu prüfen und im Netzwerk abzustimmen. Es können also 19 verschiedene Fassadenbilder (Murals) entstehen, die verschiedene internationale Streetartstile widerspiegeln. Allerdings sollen die Streetartists selbst an der Platzwahl teilnehmen, um keine inspirationsraubenden Vorgaben zu machen. So kann es sein, dass nur 8 Fassaden bemalt werden, dafür aber ein Innenhofinstallationsprojekt stattfindet, Postergalerien oder ein Bordsteinprojekt. Die Stadt stellt dabei Ausrüstung wie Leitern und Hebewagen sowie Materialkosten. Außerdem gewährleistet die Stadt in Kooperation mit dem Verein Verantwortung gegenüber dem Hauseigentümer. Die Höhe der monetären Ausgaben soll durch Sponsoring oder Förderung bestmöglich gedeckt sein, so dass der Stadt keine direkten Kosten entstehen. Unterkunft kann beispielsweise von dem Hallenser Hotel am Anfang der Delitzscher Straße gesponsort werden. Ein großes Streetartwerk soll schon an der Bahnhofsmauer Richtung Osten angebracht werden, so dass beim Verlassen des Bahnhofes ein großes Kunstwerk in den Raum Freiimfelde zieht.

Am letzten Wochenende findet drei Tage lang das All-You-Can-Paint-Festival statt, zu dem Besucherkarten oder Akteurskarten erhältlich sind. AkteurInnen dürfen selbst malen, BesucherInnen dürfen das Spektakel betrachten. Dabei soll darauf geachtet werden, dass viele lokale und regionale Urban Artists mit eingebunden sind. Lokale Werbung soll AkteurInnen und Besucher aller Schichten ansprechen und anregen.

Als Einlassarea des Quartiers dient die große Freifläche im Süden zwischen Landsberger, Delitzscher und Freiimfelder Straße (vgl. Karte 8). Die Verbindungsstraßen zwischen Landsberger Straße und Freiimfelder Straße sind an den Zugängen der Freiimfelderstraße durch Zäune gesperrt (gilt nicht für Bewohner). Während den drei Tagen muss das Parken für Bewohner außerhalb der Area stattfinden, damit das Festivalgelände maximale Beweglichkeit ermöglicht. Verschiedene Fassadenteile und Gebäudeflächen stehen den AkteurInnen zur Verfügung. Auf der folgenden Abbildung sind einige potentielle Flächen in blau gekennzeichnet (vgl. Karte 7). Hierbei handelt es sich teilweise um Erdgeschosszonen, aber auch um große Wandteile, die mit Gerüsten versehen werden können, so dass sie auf mehreren Ebenen für Bemalung verfügbar sind. Auch Leitern sollen den AkteurInnen zur Verfügung stehen, um mehr Gestaltungsfreiheit zu haben.

Die Wand der Unterführung, die den Besucher vom Hauptbahnhof in den Hallenser Osten führt, darf gestaltet werden. Dieser Tunnel dient so als bunte Schleuse und zieht die BesucherInnen Richtung Freiimfelde, wo mehr Straßenkunst auf sie wartet.

Bei den Akteurskarten ist das Zeltlager inklusive. Zudem gibt es auch Tageskarten für lokale Graffiti- und Streetartaktive. Jede Karte beinhaltet einen Vertrag, in dem jeder Teilnehmer der Veranstaltung auf eigene Verantwortung handelt. Für sonstige Festivalunterhaltung werden Baulücken, Freiflächen und im Idealfall auch Innenhöfe genutzt. Hier werden Bühnen geschaffen, um mit lokaler Live-musik oder Dj-Aktivität das Programm musikalisch zu unterstreichen (vgl. Karte 8).

Die genaue Teilnehmerzahl muss im weiteren Vorgehen abgeschätzt werden, auch die Anzahl der verfügbaren Zeltplätze wird nur ein begrenztes Kontingent an "Campinggästen" zulassen.

Urban Art Potentialfassaden

In der Karte sind Fassaden des Quartiers kartiert. Es handelt sich hierbei um freie Brandschutzwände oder Wandlücke von verlassenen Häusern oder Erdgeschosszonen.

Während des Urban Art Festivals können einige dieser Wände von professionellen Streetartist gestaltet werden, andere stehen während des Festivals jeglichen interessierten Akteuren zur Verfügung.

Zum einen gibt es eine hohe Anzahl an großflächigen Brandschutzwänden (grüne Linien in Karte), die für den Streetartwettbewerb (Fassadenkunst) genutzt werden können.

Des Weiteren gibt es zahlreiche verlassene Gebäude, deren Wände teilweise oder gänzlich für die freie Bemalung zur Verfügung stehen.

Diese Fassaden sind zumindest im Erdgeschoss benutzbar, teilweise aber auch einstellbar, um hier vertikale Fassaden zu gestalten.

Diese freien Flächen sind in der Karte blau dargestellt. Die Fotos auf der rechten Seite zeigen exemplarisch einige der kartierten Brandschutzwände (oben rechts), sowie einige sonstige Freiflächen zur Gestaltung. Aufgrund der unzugänglichen Innenhofstrukturen der Blockrandbebauung, sind nur Wände dargestellt, die frei von der Straße zugänglich sind. Das bedeutet, dass sich innerhalb der Innenhöfe weitere Leerstände sowie vielfältig gestaltbarer Freiraum befinden könnte, die hier nicht darzustellen sind.

Dennoch zeigt die Kartierung auf, dass sich die hohe Anzahl an Potentialwänden besonders entlang der Landsberger Straße für eine eindrückliche Freiraumakzente eignet.



Karte 7: Potentialfassaden für ein Urban Art Festival in Freimfelde

Festivalgelände Freimfelde

Die räumliche Struktur von Freimfelde bietet genügend Raum, um die Infrastruktur für die Urban Art Area zu platzieren.

Am Eingang der Landsberger Straße befindet sich eine Grünfläche, die als Einkaufsbereich genutzt werden kann. Hier ist genügend Raum, um Besucher- und Artistsellfame zu leiten, sowie Kartenverkauf und Information abzuwickeln.

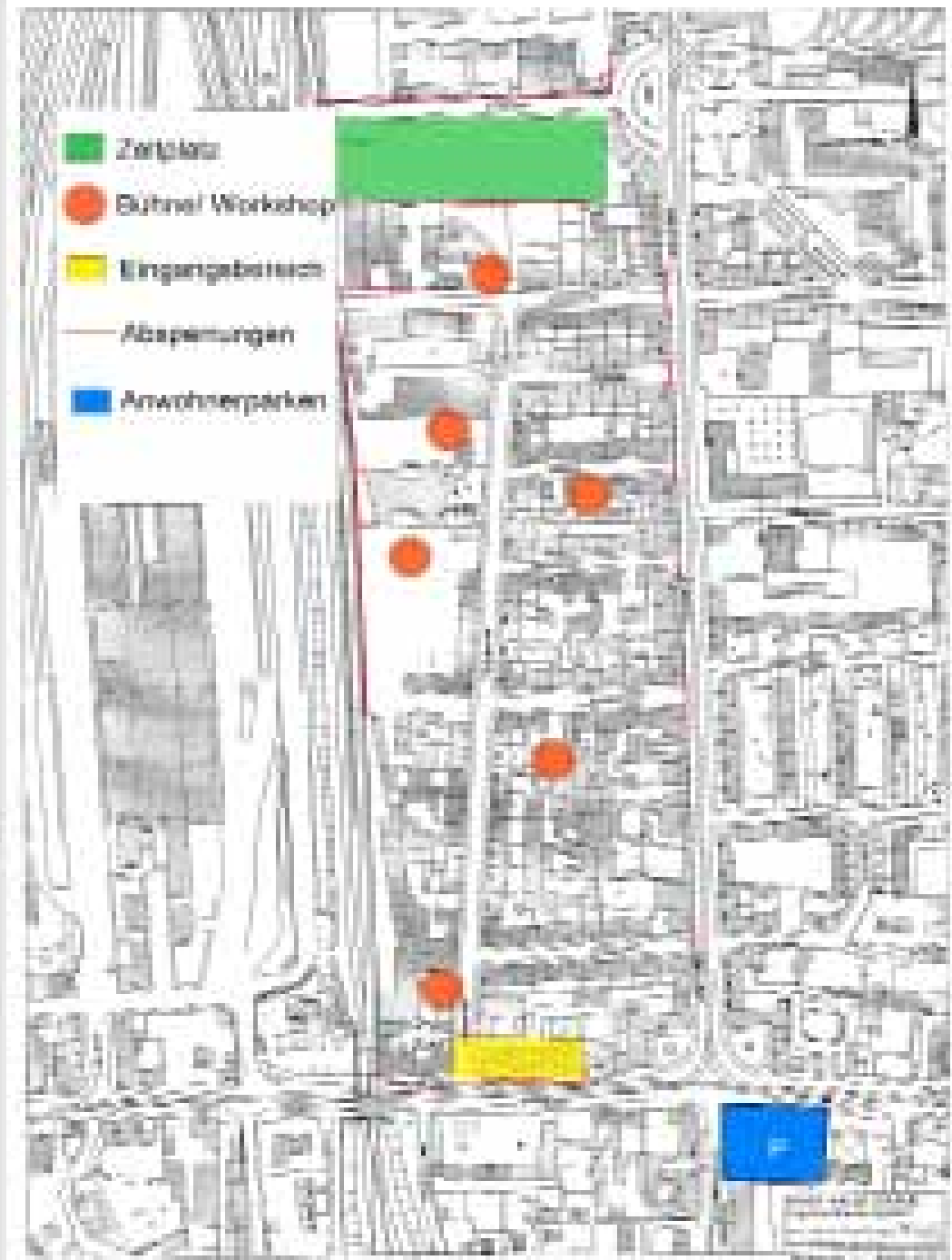
Im Inneren der Area warten auf verschiedenen Freiflächen Bühnen mit musikalischer Unterhaltung sowie Urban Art Workshops zur thematischen Einarbeitung.

Im Norden des Quartiers, nördlich der Reichburger Straße, liegt eine große Freifläche, die nach Entfrömpfung ausreichend Platz für einen Zeitplatz bietet. Die genaue Anzahl der Zeitplätze muss geprüft und für den Kartenverkauf berücksichtigt werden. Die Anwohner können für die Zeit des Urban Art Festivals auf der südlichen Freifläche (Dietricher Straße) parken.

Abgesehen von dieser Fläche gibt es im näheren Umfeld des Quartiers keine großflächigen Stellplätze, um das Besucherparken zu organisieren.

Besucher müssen sich Parkmöglichkeiten im Inneren des Gewerbe- und Industriegebietes suchen. Da sich aber die Fußläufige Erreichbarkeit des Hauptbahnhofes auf fünf Minuten beschränkt, ist es vorgesehen, dass Besucher und Artists vorwiegend mit lokalem und regionalem Nahverkehr anreisen.

Die Darstellung zeigt außerdem die Absperrungen, um die Urban Art Area räumlich zu fokussieren. Durch diese Absperrungen wird der Autoverkehr ferngehalten und es werden Orte für die Urban Art Aktivität gesetzt. Nach Norden hin wird das Gebiet hinter dem Zeitplatz eingegrenzt, da der verlassene Schlachthof im Anschluss ein Gefahrenpotential birgt. Aufgrund des Leerstands und der baulichen Vielfalt ist er einerseits attraktiv für Graffiti- und Streetartkünstler, andererseits ist dieses Quartier überaus groß, merode und unübersichtlich. Die Einsturz- und Verletzungsgefahr ist überdurchschnittlich hoch. Daher muss der Schlachthof eindeutig von der Urban Art Area abgegrenzt werden. Die gesamte Darstellung ist nur beispielhaft, zeigt aber, dass genügend Räume für die Ausrichtung eines Festivals zur Verfügung stehen. Für die genaue Lokalisation und Ausrichtung sind detaillierte Untersuchungen und Netzwerkarbeit notwendig.



Karte 8: Festivalgelände Freimfelde

Streetart- Fassadengalerie (Internationale Mural- Galerie)

Es folgen einige Impressionen, wie die Brandschutzwände nach einer Woche professioneller Streetartarbeit aussehen könnten. Internationale Steetartists haben eine begehbare Fassadengalerie geschaffen und interantionale Stile nebeneinander präsentiert.



Abb. 84-86







Abb. 87-90

Die Bahnhausmauer (unten) wird von einem Streetartist gestaltet, um Menschen in den Osten zu ziehen, wo sich die gesamte Breite der Galerie erstreckt.



All-You-Can-Paint-Festival

Es folgen einige Eindrücke, wie die Gestaltung nach dem Wochenende All-U Can-Paint-Festival aussehen kann. Nach dem Motto "All you can paint" darf hier jede/r Kreativität freien Lauf lassen. Ob mit Farbe, Plakaten, Aufklebern oder Strickkunst, die Gestaltungsvielfalt von Urban Art soll in ihrer Breite präsentiert werden. Je mehr Flächen und reales städtisches Umfeld den AkteurInnen zur Verfügung stehen, desto höher ist der Einmaligkeitswert der Kulisse. Der Tunnel, welcher vom Bahnhof östlich nach Freiimfelde führt (unten), wird dabei eine freie Wand, die von Allen bemalt werden darf und so als Schleuse fungiert, um die Besucher ins Quartier zu locken. Alle illustrierten Bilder basieren auf realen Gebäuden in der Landsberger Straße.

Abb. 91-93





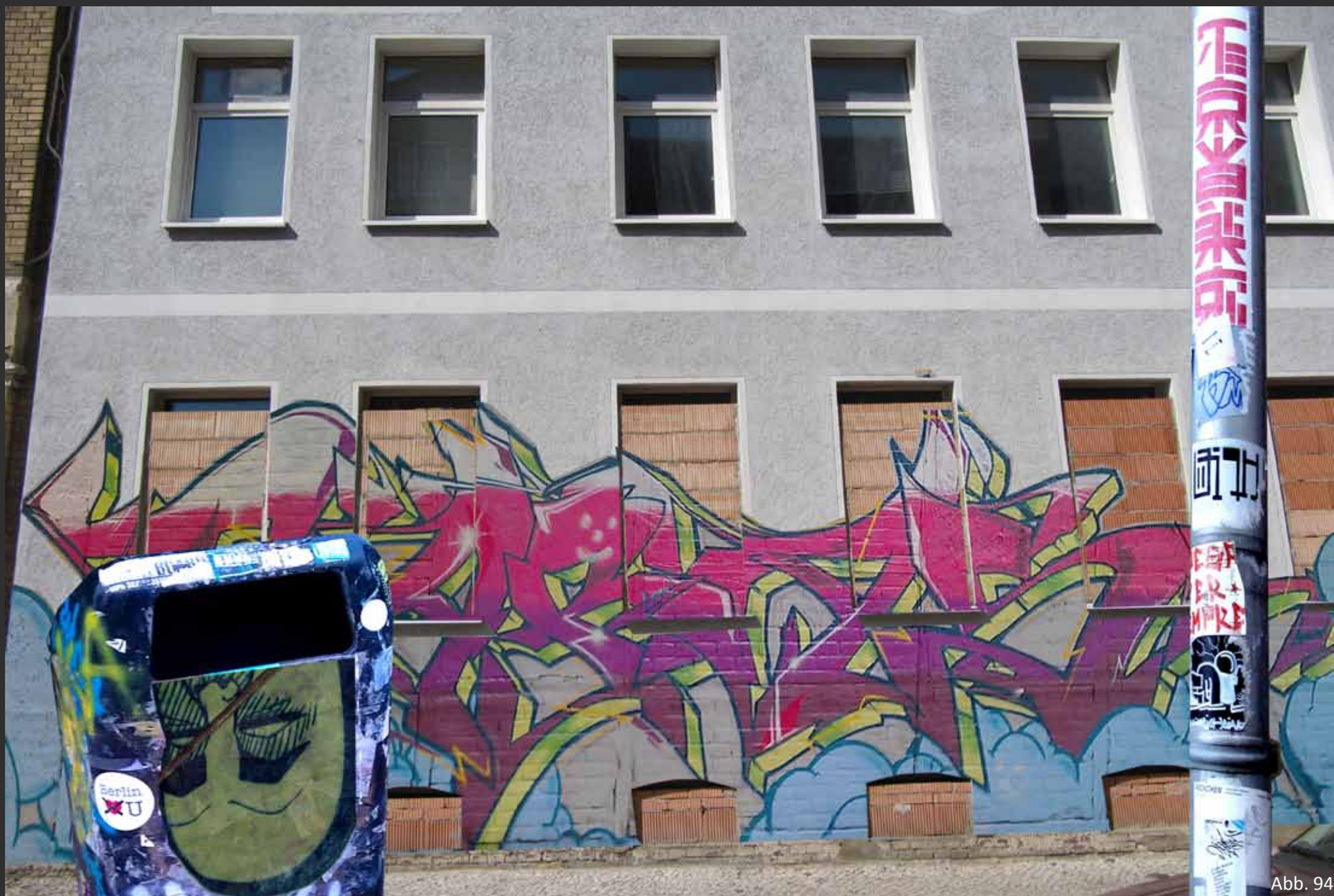




Abb. 96



5. Fazit

Viele der theoretischen Überlegungen im ersten Kapitel wurden durch die Forschungen in Halle an der Saale bestätigt. Die schrumpfende Stadt bietet Raumaneignung und Entfaltung mehr Spielraum als die wachsende Stadt. Auch Urban Art hat in der leeren Stadt mehr Freiraum. Sie zentriert sich an innenstadtnahen Gegenden, vorwiegend an verlassener oder vernachlässigter Bausubstanz. Urban Art ist ein Zeichen für Lücken in der Stadt und kann aufwerten und abwerten. Die Aufwertung ist gekoppelt an Legalität und Freiflächen, welche die Qualität der Bilder und des Umfeldes erhöhen. Urban Art ist an uncodierten und verlassenen Räumen gesellschaftlich tolerierter und akzeptierter. Urban Art ist ein Ausdruck von Kreativität in der Stadt und wird vorwiegend von jungen Bevölkerungsschichten akzeptiert und praktiziert.

Für die Umsetzung der Vision hat sich Halle ebenfalls als geeignet erwiesen. Der Leerstand zentriert sich geringer als vermutet. "Geisterstadtviertel" gibt es keine. Die Leerstandssituation hat sich gebessert, und der Ruf und die Statistik vermitteln ein schlechteres Bild. Halle als leere Stadt hat urbane Strukturen, in denen Urban Art in außergewöhnlichem Maß zum Stadtbild beitragen kann. Die Offenheit gegenüber solch einer Inszenierung und Quartiersentwicklung ist durch Institutionen der Verwaltung nicht zuletzt aufgrund fehlender Mittel gegeben.

Alle nötigen AkteurInnen sind vorhanden. Sowohl Urban Artists, wie auch soziale und verwalterische Institutionen, die für eine Realisierung entscheidend sind, sind informiert und motiviert. Es herrscht große Hilfsbereitschaft, aufgrund der Urban Art-Potentiale und der städtischen Situation in Freimfelde. Der Stein rollt. Entscheidend ist die Bereitschaft der Eigentümer. Außerdem ist es wichtig, Urban Art immer zu erklären. Der Begriff Graffiti ist negativ vorbelastet mit "Schmiererei" und Kriminalität. Was Urban Art definiert, ist der Wille zur Gestaltung, Inszenierung und Entfremdung städtischen Raumes – gelöst von Illegalität.

Es ist also der richtige Ort und die richtige Zeit, um mit Urban Art ungenutzten Raum zu inszenieren. Die Voraussetzungen sind günstig, und Halle kann als erste Stadt Deutschlands in einem neuen Rahmen den Beitrag von Urban Art zur Stadtgestaltung testen. Die urbane Leinwand ist Forschungslabor und Museum gleichzeitig. Wer gestaltet Freiräume? Wie entwickeln sich Image und Bevölkerungsstruktur des Gebietes? Kann die Stadt Freiräume zuweisen, werden diese angenommen und wie wirkt sich diese Freigabe auf die "Reststadt" aus? Kann Urban Art neben der "Do-it-yourself-Aufwertung" eine Konstante in Halles Identität

werden, welche über die Stadtgrenzen hinaus Publikum anzieht?

Dies alles sind weiterführende, wissenschaftliche Forschungsfragen, um Klarheit und zeitgenössisches Verständnis gegenüber Urban Art und dem Einfluss auf die Stadtentwicklung zu erlangen.

6. Szenario

Wie kann das Urban Art Festival Halle Ost verändern?

Die Potentiale von Urban Art für die leere Stadt wurden hinreichend beschrieben. Die Effekte und Impulse, die ein Urban Art Festival zur besonderen Inszenierung von leerem Raum haben kann, sind in der Vision genannt. Doch aufgrund der Neuheit und Einmaligkeit eines solchen Projektes können die Effekte nur begründet vermutet werden. Auch wenn nicht alle Effekte gekoppelt eintreten, hat eine solche Inszenierung städtebauliche Qualität und Wert. Um die Flexibilität des Projektes für die Zukunft in dem Gebiet vorzustellen, werden zwei mögliche Szenarien dargestellt.

Szenarien helfen dabei, Entwicklungsperspektiven zu veranschaulichen. Beide dargestellten Szenarien beziehen sich auf die Prämisse, dass mit Urban Art in dem Quartier gearbeitet wird. Das Urban Art Festival wird umgesetzt und mit vielen privaten und öffentlichen AkteurInnen jährlich organisiert.

Die Szenarien beziehen sich auf das Jahr 2025 und stellen zwei Perspektiven dar, wie sich das Gebiet Halle Ost durch Urban Art weiterentwickeln kann. Im ersten Szenario wirken das Urban Art Festival und die Raumfreigabe dabei als Motor der Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung, im zweiten Szenario hingegen stehen die ökonomischen Aspekte und deren Verwertbarkeit im Hintergrund. Hier dominieren künstlerische Denkmalaspekte.

6.1 Szenario: Motor



Abb. 97: Motor-Szenario für die Landsberger Straße

Der Besucher steigt am Hauptbahnhof in Halle aus. Er verlässt das Gebäude in Richtung Innenstadt Unterführung. An der Kreuzung vor dem Bahnhof kann er sich entscheiden. Links geht es zur klassischen Altstadt, inzwischen fast ganzteilig restauriert oder zurückgebaut, geschmückt und inszeniert mit der klassischen Hochkultur und Wissenschaft von Händel bis Martin Luther Universität. Der Denkmalschutz und klassische Festspiele dominieren hier die Kulisse und sorgen für eine altertümliche Atmosphäre.

Der Besucher entscheidet sich für die rechte Seite. Die bunte Aufmachung der Unterführung, die in den östlichen Teil führt, signalisiert eindeutig, dass Halle Ost der Kiez ist, der die alternativen Seiten Halles präsentiert. Die Unterführung strahlt in bunten Farben und ist mit Papier und Posterkunst übersät. Lichtinstallationen und temporäre Skulpturen begleiten den Interessierten durch die Unterführung in den Ostteil. Das alte Bordell ist inzwischen eine große Bar mit Kunstateliers in den oberen Stockwerken. Auch ein Hostel hat sich eingerichtet, um internationale Rucksacktouristen und junge BesucherInnen zu beherbergen. Die Brandschutzwand von diesem Gebäude wird alle vier Jahre von internationalen FassadenkünstlerInnen neu gestaltet und unterstreicht den bunten Charakter des Gebietes. Vor zehn Jahren (2015) noch war das Rotlichtmilieu etablierter Teil einer alternativen Unterhaltungsindustrie, die in Halle Ost blühte. Das Urban Art Festival hat dem Gebiet schrittweise zum Ruf eines angesagten Stadtteils verholfen. Das Gebiet ist geprägt von Kreativen (KünstlerInnen, StudentInnen, Intellektuellen) und von Alternativen (Hippies, Linksautonome, Bohemians). Diese schätzen das bunte Umfeld, welches durch die vielfältige Freigabe von Gestaltungsflächen zustande kam. Das Urban Art-Festival fand 2020 das letzte Mal statt, zu dem Zeitpunkt schon in kleinerem Rahmen und nur noch in Teilen des Gebietes: zu wenig Freiraum, zu viele Interessenkonflikte.

Das Image des Viertels ist verbessert worden, viele der ursprünglich ersten bemalten Häuser der Landsberger Straße sind inzwischen durchsaniert und zu hohen Mietpreisen vermarktet worden. Andere wurden abgerissen und durch Neubauten ersetzt. Nur noch vier Häuser wurden in der ursprünglichen Festivalbemalung erhalten, um an die Entwicklung des Quartiers zu erinnern. Teile der Kunsthochschule haben sich in einem der bemalten Gebäude eingerichtet, um sich vom toleranten und offenen Charakter des Gebietes inspirieren zu lassen. Das Gebiet ist stärker bevölkert als zuvor, Tendenz steigend. Die Straßen sind gesäumt von Galerien und alternativen Handwerksläden, auch die Medien- und IT- Branche hat sich dort niedergelassen. Theaterwerkstätten, Vereine und

Kneipen haben sich etabliert und bieten täglich Programm. Von Straßentheater über Poetryslam bis hin zu veganer Küche ist hier alles vertreten.

Abends entwickelt sich der volle Charme des Gebietes. Lichtinstallationen inszenieren die Urbane Kunst in dem Gebiet zusätzlich, überall begegnen einem Bilder, Skulpturen, Poster und Graffiti. Durch die Isolation des Gebietes und seinen Ruf hat sich eine große Club- und Tanzszene etabliert, die allabendlich, besonders an Wochenenden, das Nachtleben dominiert. Verschiedenste Kneipen und Bars locken den Besucher. Es kommen die Hallenser der anderen Seite in den Osten, um sich zu unterhalten.

Im Laufe der letzten 10 Jahre hat sich eine Mietpreissteigerung bemerkbar gemacht. Im selben Zeitraum stieg auch zunehmend die Gewerbeanfrage für Raum. Der revitalisierte Güterbahnhof (größter Güterbahnhof Ostdeutschlands) erhöht den gewerblichen Nutzen und konkurriert zunehmend mit der Wohnnutzung. Das Gewerbegebiet weiter östlich profitiert von dem Image des Halle Ost-Kiezes und steigt sowohl in Qualität als auch in Quantität. Die Busse mit Touristen auf dem Weg zur Halloren Schokoladenfabrik halten täglich in dem Gebiet und die Besucher decken sich mit Gütern aus Halles "alternativer Ökonomie" ein. Investorenanfragen beschäftigen sich mit großteiligem Abriss und Erneuerungen, um das ökonomische Potential und die Aufmerksamkeit stärker zu nutzen. Die PionierInnen der ersten Entwicklungsphase sind inzwischen weitergewandert, ihre Ateliers wurden aufgekauft und zu Wohnraum umsanziert. Die Club- und Kneipenszene wird zunehmend kleiner oder ersetzt von hochwertigeren Restaurants. Beschwerden der neuen Zuzügler über Lärm und Dreck erhöhen den Druck auf die "Nachtlebenszene". Freimfelder hat sich bewegt: Urban Art half als Motor.

6.2 Szenario: Skulptur



Abb. 98: Skulptur-Szenario für die Landsberger Straße

Der Besucher steigt am Hauptbahnhof in Halle aus. Er verlässt das Gebäude in Richtung Innenstadt Unterführung. An der Kreuzung vor dem Bahnhof kann er sich entscheiden. Links geht es zur klassischen Altstadt, inzwischen fast ganzteilig restauriert oder zurückgebaut, geschmückt und inszeniert mit der klassischen Hochkultur und Wissenschaft von Händel bis Martin Luther Universität. Der Denkmalschutz und klassische Festspiele dominieren hier die Kulisse und sorgen für eine altertümliche Atmosphäre.

Der Besucher entscheidet sich für die rechte Seite. Die farbige Gestaltung der Unterführung wirkt anziehend, ein paar Jugendliche stehen an der Wand und sprühen ein Bild, ansonsten ist wenig los.

Auf der anderen Seite erwartet den Besucher ein skurriles Bild. Es herrscht großteiliger Leerstand, einige Ruinen sind mit Fangnetzen ausgestattet und alles ist bunt. Selbst einige der Fangnetze für herunterfallende Fassadenteile sind bunt. Das Bordell ist eines der wenigen belebten Häusern in der Umgebung. Auf dem Weg in die Landsberger Straße überfällt den Besucher ein bunter Klotz marode Stadt: Bunte Bordsteine, auf denen vereinzelt jemand mit seinem Hund spazieren geht. Teile der Wände sind übersät mit Plakaten und Posterfetzen, einige frische Plakate durchbrechen die verblassenden Farbschichten der darunter liegenden Anstriche. Die Atmosphäre ist surreal. Bunt gefleckt steht unbewohnbare Bausubstanz im Raum. Ein paar Kinder fahren Skateboard auf der Straße auf die ein überdimensionaler Zebrastreifen mit Farbrolle gezogen wurde. Nur wenige Häuser sind bewohnbar, einige Handwerksbetriebe haben in der bunten Straße ihr Unternehmen in Erdgeschossen untergebracht, die Gewerbe- und Bevölkerungsstruktur hat sich in den letzten 15 Jahren nur geringfügig verändert. Allerdings sind die lokale Identität und der gesamtstädtische Ruf des Quartiers durch das Festival verbessert worden. Die Bewohner sind stolz auf ihre Galerie.

Zwischen unzähligen Aufklebern werben einige Poster für kulturelle Freiraum-events, die in dem Gebiet stattfinden: Nachtflohmarkt, Urban Art Wettbewerbe, Lesungen oder Filmvorführungen.

Zwei junge Mädchen stehen vor einer Wand und unterhalten sich heiter. Sie haben mit ihrer Klasse im Kunstkurs verschiedene Wände im Quartier gestaltet, so wie jeder Jahrgang. Immer wieder trifft man auf Besucher, die sich zu diesem seltsamen Ort verlaufen haben oder dorthin geführt wurden, um sich ein Bild zu machen. Zwei Senioren fotografieren die Gebäude und debattieren über den Wert und den Kunstgehalt des Gebietes.

Eine Straße weiter ist eine Gruppe Streetartists aus den Niederlanden angereist. In der Szene ist das Gebiet als urbane Leinwand bekannt. Feuilletons regionaler und nationaler Zeitungen sowie TV-Dokumentationen würdigen das "bunte Viertel" mit Beiträgen und Architektur- sowie Stadtplanungsexkursionen suchen das Gebiet zu Fortbildungszwecken auf. Durch die Aufmerksamkeit wird die Kulisse des Gebietes immer wieder für Kunst- und Werbefotografien oder Filmaufnahmen genutzt. Der ökonomische Gewinn für die Stadt ist gering. Die marode Bausubstanz verfällt zunehmend, Teile sind abgesperrt, die intakten Bauten sind bewohnt.

Das Urban Art Festival belebt das Quartier einmal jährlich. Riesige Besucherströme verfolgen alle vier Jahre die neuen Gestaltungen der Brandschutzwände von professionellen Streetartists, inzwischen werden auch einige Wände der Genossenschaftssiedlung im östlichen Verlauf mit einbezogen. Das "All-You-Can-Paint-Wochenende" bezieht sich weiterhin nur auf das Gebiet Freimfelde und zieht vornehmlich regionale AkteurInnen an, die jedes Jahr aufs Neue das Gesicht des Areals neu einfärben. Es gilt als jährliches Sommerhighlight.

Es ist das meistfotografierte Viertel der Stadt. Aber aufgrund der Funktionslosigkeit hat sich Halle entschlossen, zugunsten einer ökonomisch effizienteren Bebauung das Gebiet zurückzubauen. Ihr Image als bunte Stadt will sie aber trotzdem beibehalten. Im Gebiet widmen sich mehrere neu gemalte Werke an den Wänden diesem Thema. Sie plädieren für den Erhalt des Gebietes. Eine Initiative des Jugendamtes, der Bordellgesellschaft sowie des Flohmarktbetreibers und verschiedene Kulturinstitutionen versuchen zu intervenieren. Der symbolische Wert der städtischen Leinwand sowie der Interaktionsraum für die Bevölkerung Halles wären mit finanziellen Interessen nicht hinreichend abgewägt. Vereine und Kulturinstitutionen wollen Gelder für den Erhalt des Gebietes bereitstellen, aufgrund der einzigartigen städtischen Kulisse und der einmaligen Inszenierung des Gebietes.

Halle Freimfelde ist der beste Ort, an dem man auf einem ziellosen Streifzug durch die Stadt landen kann - wegen der skurrilen Atmosphäre, die sich zwischen Geisterstadt und Theaterkulisse, zwischen Resignation und Revolution, Verfall und Wahrzeichen bewegt. Freimfelde ist eine Skulptur, eine Ode an Kunst, Verfall und Situationismus.

Outro

Es ist noch ein langer Weg hin zu einer neuen Freiraummentalität schrumpfender Städte. Die Freiräume sind da. Es sind zu viele da. Freiraum in Wachstumsbedingungen steht unter Nutzungsdruck und wird umkämpft. Freiraum in schrumpfenden Städten wird hingenommen, manchmal schreckt er ab. Das besondere an schrumpfenden Städten ist aber, dass diese Räume keinem Nutzungsdruck unterliegen. Raumaneignung muss hier nicht rentabel sein. Raumaneignung kann hier im Hobbyformat oder im städtischen Alltagsleben stattfinden, ohne dass dabei Nutzungskonkurrenz und Bilanzvergleich eine Rolle spielen. Der Freiraum ist in der schrumpfenden Stadt städtische Umwelt. Aber zum Bestandteil städtischen Lebens wird der Freiraum nur, wenn die Bevölkerung mit diesem Raum interagiert, ihn nutzt und sei es durch einfache Begehung.

Durch den Prozess der Arbeit wurde klar: Der Hype in Freiräumen und schrumpfenden Städten besteht in der Kreativwirtschaft, in "Impulsen" und "Katalysatoren". Die Stadtentwicklung hat dabei bestimmte Bilder im Kopf, wie die kreative Masse angezogen wird, Räume zwischengenutzt und danach ökonomisch verwertbar gemacht werden. Viele werden enttäuscht durch den Hype. Denn die ökonomische Verwertung von stagnierenden Leerständen ist ab einer gewissen Quote nicht möglich. Das Potential ökonomisch verwertbarer kreativer Nutzung bezieht sich auf einige spezielle Orte und auf spezielle Bevölkerungsgruppen, vornehmlich KünstlerInnen oder Alternative. Aber es gibt nicht unzählige KünstlerInnen, die aus jedem Leerstand ein Spektakel machen. Trotzdem sind große Bestände von Leerstand nutzbar. Wenn allein der Zugang zum Leerstand ermöglicht würde, könnte man ihn vermarkten: als weichen Standortfaktor, als Möglichkeitsarchitektur und Spielraum. Es gilt Leerstand nicht zu übersehen, sondern ihn bewusst wahrzunehmen. Er soll dabei nicht gehypt werden, als Innovationspotential oder urbane Revolution. Er soll den Status und die Selbstverständlichkeit von öffentlichem Raum erlangen, Aufenthalts- und Verwirklichungsqualitäten schaffen: es ist die flexible Architektur, die sich der situationistische Städtebau wünscht, in der Situationen jeglicher Art kreiert werden können.

Freiraum soll den Bewohnern direktes Engagement und interaktives Verhalten im städtischen Alltag ermöglichen, Identifikationen und Partizipation im direkten städtischen Umfeld. Raumaneignungen wie Urban Art, Gemeinschaftsgärten auf Brachflächen, Parqour Sportevents in der Stadt oder kulturelle Zwischennutzungen für Nachbarschaftsevents sind Beispiele für Bottom-up-Stadtentwicklung,

die die Bevölkerung fast gleich dörflichen Strukturen ihr Umfeld bearbeiten lässt. Abschließend und fernab von der Illegalität betrachtet ist Urban Art Ausdruck von Kreativität und Teilnahme am städtischen Leben. Diese Stadtentwicklung muss gerade in der schrumpfenden Stadt unterstützt werden. Nicht wegen Profitaussicht oder ökonomischer Verwertbarkeit, sondern für eine neue Art von städtischem Leben in schrumpfenden Städten, die jedem Bewohner "gratis" mehr Spielraum einräumt. Mehr Stadt weil weniger Profit, mehr Teilnahme durch weniger hegemonialen Funktionsraum, mehr Freiheit zur Verwirklichung. Es wird nicht interveniert, sondern agiert. Die Stadt als Galerie, als eigenständige Illustration von Urbanität.

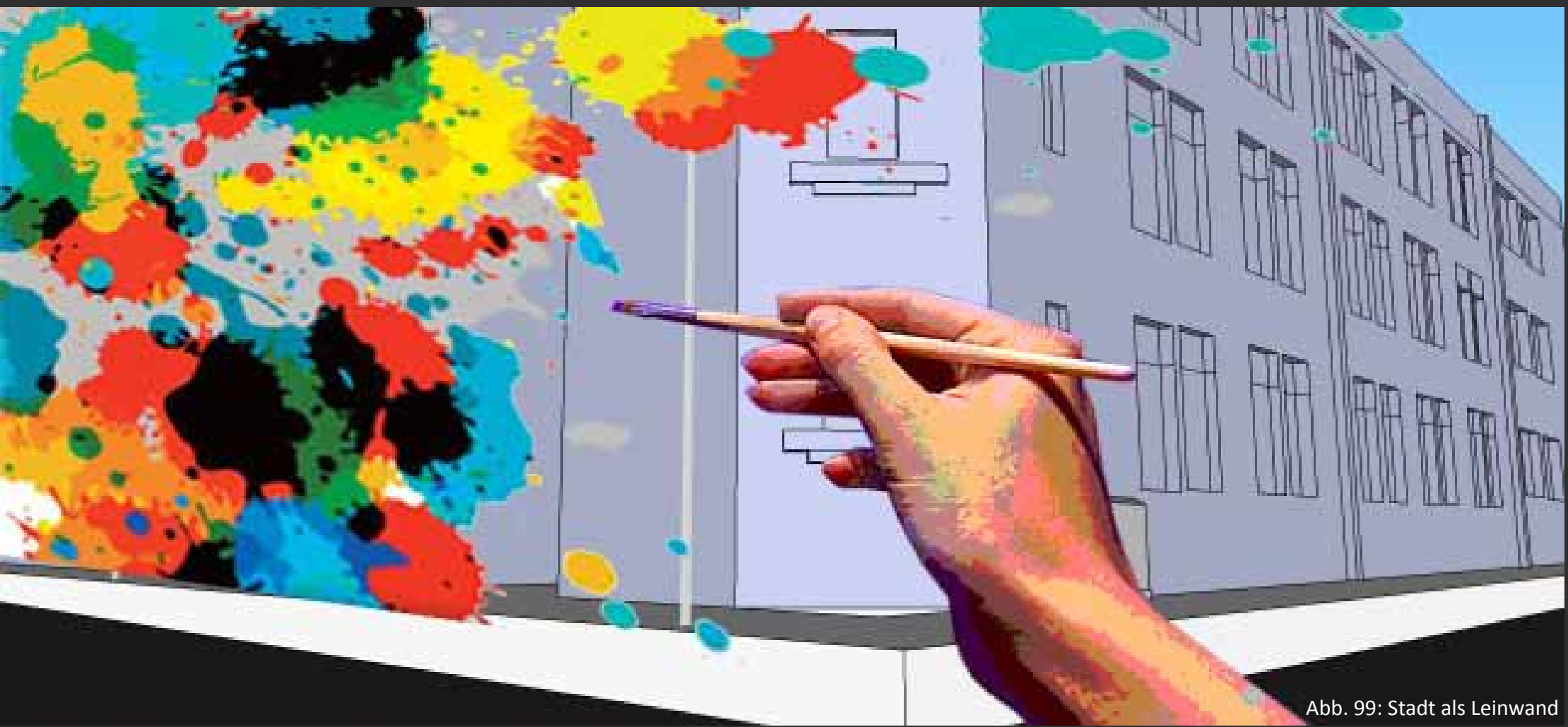


Abb. 99: Stadt als Leinwand

Anhang

Literatur- und Quellenverzeichnis

Akbar, O. (2005): *Schrumpfung – Herausforderung für die europäische Stadt*, in : Die anderen Städte, Stiftung Bauhaus Dessau, Berlin, S.20-28

Alisch, M., Dangschat, J. (1996): *Die Akteure der Gentrification*, in: Friedrichs J., Kecskes, R. (1996): *Gentrification: Theorie und Forschung*, Opladen: Leske + Budrich

Backjumps: *The Live Issue*, in: <http://www.theliveissue.com/index.php?/signseeing/workshops/> (Stand 2.7.2011)

Bahr, R. (2005): *Die Stadt entwickeln mit Zwischennutzungen. Voraussetzungen und politische Begründungen. Eine Untersuchung in Berlin*. Berlin: Diplomarbeit, Studiengang Sozialwissenschaften

Banksy (2005): *Wall and Piece*. Century 2005

Baudrillard, J. (1978): *Kool Killer oder Der Aufstand der Zeichen*, Merve Verlag, Berlin

Bauer, W. (2003) : *Krise der Demokratie- Zukunft der Demokratie*, in: Österreichische Gesellschaft für Politikberatung und Politikentwicklung; http://www.politikberatung.or.at/typo3/fileadmin/02_Studien/2_staat/KriseZukunftDemokratie.pdf (Stand 28.6.2011)

BBZN- Biene Baumeister und Zwi Negator (s.a.): *Situationistische Revolutionstheorie- Communistische Aktualität und linke Verblendung*; Beitrag zur Studienbibliothek, http://www.studienbibliothek.org/bbzn/BBZN_beitrag_1.pdf (Stand 19.3.2011)

Beforonzi, H. (2006): *Die deutsche Graffiti Szene. Eine explorative Studie zur Phänomenologie und zu den Aktiven im Feld, unter Berücksichtigung strafrechtlicher, kriminologischer und kriminalpräventiver Aspekte*. Tübingen: Dissertation

Bloom, J. (2008): *A Floating City With Junkyard Roots*, in: New York Times 17.11.2008, <http://www.nytimes.com/2008/08/18/arts/design/18flot.html?pagewanted=1&r=1>

BMVBS- Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2008): *Zwischennutzungen und Nischen im Städtebau als Beitrag für eine nachhaltige Stadtentwicklung*. Werkstatt:Praxis Heft 57, Bonn

Boersma, L. (2005): *Constant*, in: Bomb Magazine 91/Spring 2005, <http://bombsite.com/issues/91/articles/2713>

Champion, F. (2008): *Situationismus: Kampf der Ideen*, in: Europamagazin Cafe Babel (24.1.2008), <http://www.cafebabel.de/article/23634/situationismus-kampf-der-ideen.html> (Stand 2.6.2011)

Chombart de Lauwe, P.-H. (1977): *Aneignung, Eigentum, Enteignung. Sozialpsychologie der Raumaneignung und Prozesse gesellschaftlicher Veränderung*, in Arch+ 34, Strategien für Kreuzberg, Juni 1977, S.2-6

Daehre, K.-J. (2005): *Die demographische Entwicklung, die Ziele des Stadtumbaus und die IBA*, in: Die anderen Städte, Stiftung Bauhaus Dessau, Berlin, S.14-16

Davy, B. (2006): *Innovationspotentiale für Flächenentwicklung in schrumpfenden Städten am Beispiel Magdeburg*. Dortmund: Wissenschaftliche Studie im Auftrag der Internationalen Bauausstellung Stadtumbau Sachsen-Anhalt 2010

Debord, G. (1978): *Kommentare zur Gesellschaft des Spektakels*, Edition Nautilus, Hamburg
Extraschicht (2011): *Die Nacht der Industriekultur*, in: <http://www.extraschicht.de/ueber-uns/konzept/> (Stand 20.6.2011)

Fame Festival: http://www.famefestival.it/?page_id=4 (Stand 1.3.2011)

Ferguson, F. (2007): *Instant Urbanism. Auf den Spuren der Situationisten in zeitgenössischer Architektur und Urbanismus*. In: S AM – Schweizerisches Architekturmuseum No. 2; Merian und S AM, Basel S.1-3

Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York

Florida, R. (2005): *Cities and the Creative Class*, Routledge 2005

Franz, P. (2004): *Schrumpfende Städte – Schrumpfende Wirtschaft? Der Fall Ostdeutschland*, in: Deutsche Zeitschrift für Kommunalwissenschaften, 43. Jhg 2004/I, S. 33-50

Gabbert, J. (2007): *Streetart. Kommunikationsstrategie von Off-Kultur im Urbanen Raum*, Potsdam: Masterarbeit, Kultur und Medienmanagement

Ganz, N. und Grow, M. (2008): *Graffiti woman. Graffiti und Street art in fünf Kontinenten*. Köln, 2008

Graffiti World (2010): *Graffiti, eine Erfindung des 20. Jahrhunderts?*, in: Graffiti World - when art meets crime, Post vom 1.3.2010, <http://www.graffiti-world.de/tag/klograffiti/> (Stand 10.3.2011)

Guratzsch, D. (2006): *Die Last des kulturellen Erbes*, in: Welt Online vom 17.8.2006, http://www.welt.de/print-welt/article146110/Die_Last_des_kulturellen_Erbes.html

Halle Forum: Online-Zeitung aus Halle

01.06.2009: *Streetart wird erwachsen*, <http://www.halleforum.de/Halle-Nachrichten/Street-Art-wird-erwachsen!/21265>

12.06.2009: *Graffiti-Contest kommt nach Halle*, <http://www.halleforum.de/Halle-Nachrichten/GraffitiContest-kommt-nach-Halle/21452>

02.12.2008: *Wohnungsleerstand: Halle (Saale) auf dem drittletzten Platz*,

30.12.2009: *Leerstand: in Halle mit am Höchsten*, <http://www.halleforum.de/Halle-Nachrichten/Leerstand-in-Halle-mit-am-hoechsten/24532>

31.07.2008: *231.364 Einwohner in Halle*, <http://www.halleforum.de/Halle-Nachrichten/231.364-EinwohnerInnen-in-Halle/15162>

07.10.2009: *Uni Halle hat mehr Studenten*, <http://www.halleforum.de/Halle-Nachrichten/Uni-Halle-hat-mehr-Studenten/23317>

Halle gegen Graffiti e.V. (2011): *Pressemitteilung 21.1.2011*, in: <http://www.halle-gegen-graffiti.de/index.php?id=34>

Hannemann, C. (2003): *Stadtentwicklung ohne Wirtschaftswachstum: Was verursacht schrumpfende Städte in Deutschland*, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament, Bd. 29-30, 7. Juli 2003, S. 16-24.

Häupl, M.: *Wort des Bürgermeisters*, in: Wienerwand Impressum, <http://www.wienerwand.at/doc/impressum.html> (Stand 1.7.2011)

Haus & Grund, Eigentümerschutzgemeinschaft (2005): *Haus und Grund kritisiert öffentliche Förderung des Graffiti Festivals in Berlin*, Pressemitteilung vom 17.8.2005, in: http://www.hausundgrund.de/presse_195.html

Häußermann, H. und Siebel, W. (1987): *Neue Urbanität*; Frankfurt, Suhrkamp

Häußermann, H., Siebel, W. (1993): *Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik*, in: Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte, Opladen, Westdeutscher. Verl., S.7-31

Haydn, F. und Temel, R. (2006): *Temporäre Räume. Konzepte zur Stadtnutzung*, Birkhäuser Basel/Boston/Berlin

Heinicke, C. und Krause, D. (2006): *Street Art. Die Stadt als Spielplatz*, Berlin 2006

Herfert, G. (2003): *Die ostdeutsche Schrumpfungslandschaft*, in: „Das Parlament“ vom 8.09.2003, s.p., zugegriffen auf: www.shrinkingcities.com (Stand 4.3.2011)

Hoffmann, H. (2007): *Festivalisierung der Planung: Großprojekte statt Planung?*, Grin Verlag 2007

Hoppe, I. (2009): *Street Art und 'Die Kunst im öffentlichen Raum'* In: kunsttexte.de, Gegenwart 01/2009, URL: <http://edoc.hu-berlin.de/kunsttexte/2009-1/hoppe-ilaria-6/PDF/hoppe.pdf> (Stand 10.2.2011)

IBA- Büro Gbr (2007): *Deutschlandpremiere der Drive Thru Gallery*, in: Newsropa- Das Presseportal im Osten 1.6.2007; [http://www.newsropa.de/index.php?id=115&tx_ttnews\[cat\]=7&tx_ttnews\[tt_news\]=3525&tx_ttnews\[backPid\]=115&cHash=1028ef03f3](http://www.newsropa.de/index.php?id=115&tx_ttnews[cat]=7&tx_ttnews[tt_news]=3525&tx_ttnews[backPid]=115&cHash=1028ef03f3) (Stand 12.6.2011)

Isek Halle (2007): *Integriertes Entwicklungskonzept der Stadt Halle (Saale). Gesamtstädtische Entwicklungstendenzen und Entwicklungsziele*; Ausgabe 2007, Stadt Halle (Saale), Oberbürgermeisterin.

Joseph Beuys: *Liefert den Sprayer nicht aus!* In: Schauplatz Nr.10, Köln 1983, S.45

Keim, K.-D. (2003): *Zur Notwendigkeit kreativer Arbeitsformen bei der Stadtentwicklung in Ostdeutschland*. In: Städtische Kreativität: Potential für den Stadtumbau, Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung, Berlin, S. 14-25

Kecskes, R. et al. (1996): *Gentrification: Theorie und Forschung*, Opladen: Leske + Budrich

Killisch, W. (1996): *Gentrification im Paulusviertel in Halle*, in: Kecskes, R. (1996): *Gentrification: Theorie und Forschung*, Opladen: Leske + Budrich

Kühn, M. (2002): *Detroit: Schrumpfung und Regeneration einer amerikanischen Stadt*, in: www.schrumpfende-stadt.de, Erstelldatum 24.11.2002, http://www.schrumpfende-stadt.de/magazin/0212kuehn/kuehn_detroit.htm (zugegriffen am 1.7.2011)

Krusche, J. (2011): *Berlin ist hässlich – und das ist gut so. Der Wert des Hässlichen für den Urbanitätsdiskurs*, in: Arch+, Zeitschrift für Architektur und Städtebau, März 2011, S. 62-65

Kunzmann, K. (2005): *Creativity in Planning: A Fuzzy Concept?*, Disputation der Eidgenössischen Technischen Hochschule Zürich (ethz), disp. 162 3/2005, <http://www.nsl.ethz.ch:16080>

Landry, C. (2003): *Wie eine Kreativitätsplanung umgesetzt werden kann*, in: Städtische Kreativität: Ein Potential zum Umgang mit Schrumpfungsprozessen, in: Städtische Kreativität: Potential für den Stadtumbau, Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung, Berlin S. 39-50

- Liebmann, H. und Robischon, T. (2003): *Städtische Kreativität: Ein Potential zum Umgang mit Schrumpfungprozessen*, in: *Städtische Kreativität: Potential für den Stadtumbau*, Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung, Berlin S. 6-12, 51-59)
- Lohre, M. (2003): *Schrumpfende Städte- Das große Sterben*, in: Spiegel online 24.7.2003, <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,258341,00.html> (Stand 15.5.2011)
- Platthaus, A. (2011): *Die Madonna aus der Spraydose*, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23.4.2011, Nr.95
- Pogoreutz, M. (2006): *Urbanistische Intelligenz*, in: Temporäre Räume, F. Haydn und R. Temel; Basel, Boston, Berlin
- Potsdam.de: *Legale Graffiti-Flächen in Potsdam*, in: Internetauftritt der Stadt Potsdam, Beitrag Jugend-/Soziokultur, <http://www.potsdam.de/cms/beitrag/10052625/826930/> (Stand 1.7.2011)
- Räume Öffnen (2011): *Projektflyer der ExWoSt Initiative Räume Öffnen in Halle*, Ansprechpartner: Herr Lindemann und Herr Krause, Exwest/Stadt Halle/ Die Urbanskis 2011
- Reinecke, J. (2007): *Street-Art. Eine Subkultur zwischen Kunst und Kommerz*, transcript Verlag, Bielefeld
- Rolling Urbs72 (2009): *Projektbeschreibung zur Aggregierung von Fördergeldern bei der Bundeskulturstiftung*, in: Projektordner Rolling Urbs72, Stadtbüro Urban Frame, Herr Amay
- Ronneberger, K. (2006): *Temporäre Nutzung und die Situationisten*, in: Temporäre Räume, F. Haydn und R. Temel; Birkhäuser Basel/ Boston/ Berlin, S. 49-50
- Rudy, S. (2008): *Die Situationistische Internationale*, Institut der Stadtbaukunst, Forum für Architektur und Städtebau 5.2.2008, <http://www.stadtbaukunst.org/deutsch/staedtebaulehre/seminare/hochschulseminar-zu-fuss/index.html?tid=122&bid=17&btid=37> (Stand 30.5.2011)
- SAM- Schweizerisches Architekturmuseum (2007): *Auf den Spuren der Situationisten in zeitgenössischer Architektur und Urbanismus*. No. 2; Merian und S AM, Basel
- Sackmann, R. (2006): *Graffiti zwischen Kunst und Ärgernis. Empirische Studien zu einem städtischen Problem*; Der Hallesche Graureiher 2006-1
- Schirmmacher, F. (2007): *Wer ist Banksy?*, in: Gabbert, J. (2007): *Streetart. Kommunikationsstrategie von Off-Kultur im Urbanen Raum*, Potsdam: Masterarbeit, Kultur und Medienmanagement, Artikel Frankfurter Allgemeine Zeitung 4.2.2007
- Schmidt, C. (2008): *Streetart-Zeichen der Zeit*, in: Archiv der Jugendkulturen e.V., http://www.jugendkulturen.de/alter-shop/pics/downloads/streetart2/STREETART_christianschmidt.pdf (Stand 1.7.2011)
- Schneider, O. (2003): *Wege aus dem Spektakel? Eine Untersuchung von Methoden von Situationisten und Culture Jammern*. Leipzig: Diplomarbeit, Hochschule für Grafik und Buchkunst
- Scum(1996): s.n., in : Graffiti e.V. Leipzig; <http://www.graffiti-ev-leipzig.de>
- Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin (2007): *Urban Pioneers- Berlin: Stadtentwicklung durch Zwischennutzung*. Jovis, Berlin
- Siebel, W. (1992): *Festivalisierung der Stadtpolitik. Stadtentwicklung durch große Projekte*, in: Zeitschrift Leviathan, Sonderheft 13, 1993
- Situationistische Internationale, 1958-1969; *Gesammelte Ausgaben des Organs der Situationistischen Internationale*, Band 1&2, MaD Verlag, Edition Nautilus, Hamburg, 1976
- Sozialraummanagement (2011): *Unterlagen zur Einsicht in die Bevölkerungs- und Sozialstruktur in Halle Ost*, Amt für Bürgerservice, Einsicht durch Frau Engelhardt (Sozialraummanagement Halle Ost), Juni 2011
- Spiegel Online: (15.8.2011, s.n.): *Ostdeutsche Wachstumssperlen punkten bei Städteranking*, in: <http://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/0,1518,780399,00.html> (zugegriffen am 18.8.2011)
- (15.11.2009, Nicolas Schmitt): *Eöffnung der East Side Gallery, Bruderkuß in alter Frische*, in: <http://www.spiegel.de/reise/staedte/0,1518,659579,00.html> (zugegriffen am 10.4.2011)
- Stagl, K. (2007): *Zwischen Kunst und Vandalismus*, in: derStandard.at, Onlinezeitung vom 20.11.2007, <http://derstandard.at/3118068/Zwischen-Kunst-und-Vandalismus>
- Statistisches Bundesamt (2006): *Wohnsituation in Deutschland, Leerstandsquote*, in: Statistisches Bundesamt Deutschland, <http://www.destatis.de/jetspeed/portal/cms/Sites/destatis/Internet/DE/Content/Statistiken/BauenWohnen/Wohnsituation/Tabellen/Content75/Leerstandsquote,templateId=renderPrint.psml>
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt (2011): *Regional differenzierter Bevölkerungsrückgang im Jahr 2010*, in: <http://www.stala.sachsen-anhalt.de/Internet/Home/Veroeffentlichun>

Staudt, E. (2001): *Deutschland gehen die Innovatoren aus. Zukunftsbranchen ohne Zukunft?*, F.A.Z. Verlag

Süß, I. (2006): *Graffiti-Beschreibung einer Jugendkultur und Beispiele zur Anwendung in der Jugendarbeit*, Fulda: Diplomarbeit, Fachbereich Sozialwesen

Tagesanzeiger (2009): *Ur-Sprayer Harald Naegeli ist wieder aktiv*. In: Tagesanzeiger online 9.12.2009: <http://www.tagesanzeiger.ch/zuerich/stadt/UrSprayer-Harald-Naegeli-ist-wieder-aktiv/story/30656132> (Stand 1.7.2011)

The Splasher (2007): *If we did it, this is how it would've happened*. Manifest, in: Art Magazin: Krieg der Farben, 6.8.2007; http://www.art-magazin.de/szene/866/the_splasher_street_art (Stand 1.7.2011)

Urban Discipline (2002): *Graffiti-Art Ausstellung und der Bavaria St. Pauli Brauerei, Hamburg*, in: Urban Discipline – Graffiti Art Documentation, <http://www.urbandiscipline.de/de/labels/2002.html> (Stand 16.2.2011)

Urbanshit (2010): *Mietminderung durch Graffiti*, in: Urbanshit.de: Blog für Streetart und urbane Kultur, Post vom 12.12.2010, <http://urbanshit.de/?p=4218> (Stand 20.2.2011)

Wigley, M. (1999): *Constat's New Babylon. The Hyper Architecture of Desire*, 010 Uitgeverij, in: Situationist International, <http://members.chello.nl/j.seegers1/situationist/constant.html>, (Stand 23.3.2011)

Wood, P. (2003): *Der Kreislauf urbaner Kreativität*, in: Städtische Kreativität: Potential für den Stadtumbau, Institut für Regionalentwicklung und Strukturplanung, Berlin S.26-38

Abb.1: Urban Art in Halle, Berliner Straße 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb.2: Leeres Haus in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb.3: Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 4: Logo IBA 2010, Quelle: <http://blogrand.de/wp-content/uploads/2010/04/iba2010.jpg>

Abb. 5: Leeres Haus in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 6: leeres Haus in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 7: Skizze New Babylon, Quelle <http://benandjess.files.wordpress.com/2008/12/nb0.jpg> (Stand 1.6.2011)

Abb. 8: Skizze New Babylon, Quelle: <http://www.megastructure-reloaded.org/typo3temp/pics/fa757629ac.jpg> (Stand 1.6.2011)

Abb. 9: emotionaler Stadtplan, Quelle: <http://bombsite.com/issues/91/articles/2713> (Stand 1.6.2011)

Abb. 10: New Babylon Princip: Quelle: www.metamute.org/files/images/2.jpg (Stand 1.6.2011)

Abb. 11: Zwischennutzung des Palastes der Republik, Installation ZWEIFEL, Quelle: <http://static.panoramio.com/photos/original/19723064.jpg> (Stand 1.8.2011)

Abb. 12: Stadtgarten in Halle Glaucha 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 13: Wächterhaus in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 14: Drive Through Gallery Aschersleben, Quelle: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/de/1/1f/Drive-Thru-Gallery_in_Aschersleben.jpg (Stand 10.7.2011)

Abb 15: Collage Extraschicht in Essen Zeche Zollverein, Quelle: http://www.welt.de/multimedia/archive/00262/extraschicht_DW_NRW_262681p.jpg (Stand 1.8.2011)
<http://www.bueraner-magazin.de/uploads/Quadrangle.jpg> (Stand 1.8.2011)

Abb. 16: Florentijn Hofman in Rotterdam, Quelle: <http://www.planetizen.com/files/u5174/hofman-1.jpg> (Stand 1.8.2011)

Abb. 17: Urban Art in Berlin Mitte 2011, Quelle: eigene Aufnahme

- Abb. 18: Graffiti East Side Gallery 2010, Quelle: Viola Schulze Dieckhoff
- Abb. 19: sign the steps, Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 20: Tag in Bochum Universität 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 21: Piece in Bochum Universität 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 22: Kommunikation Graffiti, Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 23: Graffiti Schildblume, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 24: Tags in Bochum 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 25: Piece in Halle Neustadt 2011, Quelle: eigene Aufnahmen
- Abb. 26: Graffiti und Sachbeschädigung, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 27: Graffiti und Abwertung, Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 28: Graffiti und Abwertung 2, Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 29: Graffiti und Aufwertung, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 30: Graffiti und Aufwertung 2, Bochum 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 31: Collage East Side Gallery Berlin 2010, Quelle: Viola Schulze Dieckhoff
- Abb. 32: Hall of Fame in Kiew 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 33: Graffiti Verein, Quelle: <http://www.graffiti-ev-leipzig.de/> (Stand 1.8.2011)
- Abb. 34: DRYK in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 35: EVOL Streetart, Quelle: http://www.legovogel.de/wp-content/uploads/2010/12/Evol_buildings_artotale_1_1000.jpg (Stand 1.8.2011)
- Abb. 36: Collage Streetart, Quelle: eigene Aufnahme, <http://jafagirls.files.wordpress.com/2010/06/knit-knot-tree-xenia-ave-yarnbombing.jpg> (Stand 1.8.2011)
- Abb. 37: Streetart Blume in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 38: Balkongraffiti in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 39: Shepard Fairey in Berlin 2011, Quelle: eigene Darstellung
- Abb. 40: Banksy IKEA Croydon, Quelle: www.davidgilbert.de/blog/wp-content/uploads/2009/09/BanksyIKEACroydon1.jpg (Stand 1.8.2011)
- Abb. 41: Stefan Strumbel in Goldscheuer, Quelle: Oliver Rath in Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23.4.2011, Nr.95, Fotokopie.
- Abb. 42: Swoon Poster Streetart, Quelle: http://www.flickr.com/photos/gam_mablablog/355988062/ (Stand 1.8.2011)
- Abb. 43: Collage Streetart Kommunikation in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahmen
- Abb. 44: Collage Werbung mit Streetart in Kiew und Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 45: Streetart im Straßenverkehr in Sydney 2010, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 46: Streetart in Melbourne 2010, Quelle: eigene Aufnahme
- Abb. 47: Museum der Straße, Quelle: http://gridskipper.com/assets/resources/2006/12/600_graffiti_1.jpg (Stand 1.8.2011)
- Abb. 48: Fame Festival Grottaglie, Quelle: http://farm3.static.flickr.com/2428/3660243056_3a73dc6261.jpg (Stand 1.8.2011)
- Abb. 49: Fame Festival in Grottaglie 2, Quelle: <http://urbanprankster.com/wp-content/uploads/2009/08/mj1.jpg> (Stand 1.8.2011)
- Abb. 50: Collage Blu, Os Gemeos und Shepard Fairey in Berlin 2011, Quelle: eigene Aufnahmen
- Abb. 51: Splasher gegen Shepard Fairy, Quelle: <http://www.rebelart.net/diary/the-splasher-die-revolution-frisst-ihre-kinder/00279/>
- Abb. 52: Rooftop-Urbanität, Quelle: Juliane Hagen 2010
- Abb. 53: Illustration Stadt als Leinwand, Quelle: eigene Darstellung
- Abb. 54: Illustration Stadt als Leinwand 2, Quelle: eigene Darstellung
- Abb. 55-60: Illustration Bunte Stadt, Quelle: eigene Darstellung
- Abb. 61: Drink the World, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 62: Marktplatz Halle (Saale), Quelle: <http://www.quermania.de/sachsen-anhalt/halle/halle1k.jpg> (Stand 1.8.2011)

Abb. 63: Straßenakte Waisenhausring in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 64: Straßenakte Waisenhausring 2 in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 65: Karl Toon in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 66: Klub 7 in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 67: Collage Mezon in Halle, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 68: Collage Mezon in Halle 2, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 69: Hall of Fame in Halle Glaucha, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 70: Hall of Fame in Halle Neustadt, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 71: Collage Streetart in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahmen

Abb. 72: Schildblume in Halle 2011: Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 73: Schablonenstreetart in Halle 2011: Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 74: Graffitischaden in Halle 2011: Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 75: Klub 7 in Halle 2, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 76: Georg Friedrich Händel Denkmal, Marktplatz Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 77: Maroder Wildwuchs, Landsberger Straße in Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 78: Blick in die Landsberger Straße, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 79: Bordell Delitzscher Straße, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 80: Amore Graffiti, Ink Crew, Halle alter Schlachthof 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 81: DRYK in Halle, alter Schlachthof 2011, Quelle: eigene Aufnahme.

Abb. 82: Leerstand in der Landsberger Straße, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 83: Slow City Process, Halle 2011, Quelle: eigene Aufnahme

Abb. 84-90: Illustration Fassadengalerie Freiimfelde, Quelle: eigene Darstellung

Abb. 91-96: Illustration Urban Art Area Freiimfelde, Quelle: eigene Darstellung

Abb. 97: Illustration Szenario Motor in der Landsberger Straße, Quelle: eigene Darstellung

Abb. 98: Illustration Szenario Skulptur in der Landsberger Straße, Quelle: eigene Darstellung

Abb. 99: Illustration Paint the City, Quelle: eigene Darstellung

Die Abbildungen 2,17,19,23,61,67-70,74,97,98 sind fotografische Aufnahmen die Effektbearbeitung durchlaufen haben. Bildbearbeitungsprogramme: Adobe Photoshop 4, Smokey City Design - the Panorama Factory 5.

Die Abbildungen 53-60, 84-90,91-96,99 sind illustrierte Darstellungen. Illustrations- und Bildbearbeitungsprogramme: Vectorworks ArchLand 2010, Google Sketch Up 8, Adobe Photoshop 4

Grafikverzeichnis

Grafik 1: Aufbau der Arbeit, Quelle: eigene Darstellung (Vectorworks ArchLand)

Grafik 2: Ostdeutschland Bevölkerungsentwicklung 1998 – 2001: Quelle: Herfert, G. (2003): Die ostdeutsche Schrumpfungslandschaft, in: www.shrinkingcities.com (Stand 4.3.2011)

Grafik 3: Doppelter Invasion-Sukzessionszyklus, Quelle: <http://regulategentrification.files.wordpress.com/2010/02/sukzession2.jpg> (Stand 1.8.2011)

Grafik 4: Wohnungsleerstand in Halle Saale, Quelle: Stadt Halle (Saale) Fachbereich Stadtentwicklung und -planung

Kartenverzeichnis

- Karte 1: Universitäten und Hochschulen in Halle, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011
- Karte 2: Urban Art Infrastruktur in Halle, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011
- Karte 3: Halle Ost im Kontext, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011
- Karte 4: Freimfelde, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011, eigene Aufnahmen verwendet
- Karte 5: Leerstand Freimfelde, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011
- Karte 6: Chancekartierung Halle Freimfelde, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011, eigene Aufnahmen verwendet
- Karte 7: Urban Art Potentialfassaden, Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011, eigene Aufnahmen verwendet
- Karte 8: Festivalgelände Freimfelde: Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des amtlichen Stadtplans von Halle, genehmigt und ausgehändigt vom Stadtvermessungsamt Halle, Ressort II Karten- und Vervielfältigungsservice, Mai 2011

Tabellenverzeichnis

- Tab 1: Bevölkerungsstruktur Halle, Quelle: statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Dezember 2008
- Tab 2: Graffitiorkommen in ostdeutschen Städten; Sackmann, R. (2006): Graffiti zwischen Kunst und Ärger. Empirische Studien zu einem städtischen Problem; Der Hallesche Graureiher 2006-1, S.8
- Tab 3: Übersicht über Leerstandsquoten der Stadt Halle (Saale) nach Stadtvierteln¹, jeweils zum Jahresende, Quelle: Integriertes Entwicklungskonzept der Stadt Halle (Saale). Gesamtstädtische Entwicklungstendenzen und Entwicklungsziele; Ausgabe 2007, Stadt Halle (Saale), Oberbürgermeisterin, S. 38.

Gesprächsverzeichnis

Inhaltliche Wiedergabe von Gesprächen mit Akteuren, Vereinen und Institutionen im Verlauf des Arbeitsprozesses vom 6.1.2011 - 30.8.2011.

Gaudig, P. Streetworker Stadt Halle
Gespräch am 16.6.2011, 14 Uhr im Cafe Sedir, Halle

*Vorstellung des Projektes, der Idee und der Effekte
Was halten Sie von dem Konzept?*

Das Konzept ist schlüssig, die Idee ist gut, und der Ort ist sehr gut gewählt. Durch eine so zentrale "Leinwand" kann man Graffitiaktivitäten verlagern, und somit Schäden in der Altstadt senken. Das Quartier ist ohne weitere Planungen und der Kontext ist gut gewählt. Schwerer stelle ich mir die Vorbereitungsarbeit vor.

Wie sieht diese ihrer Meinung nach aus? Was sind die wichtigsten Schritte?

Die Akteure sind alle in der Stadt vorhanden. Sie sagten, das Stadtplanungsamt ist auf ihrer Seite und das Stadtmarketing wurde auch befragt. Das Sozialraummanagement kann Kontakte mit den Eigentümern in Freizeitmöglichkeiten organisieren und kennt alle Strukturen in diesem Gebiet. Über Frau Ströfer erhalten Sie alle Informationen zu Streetart und Graffiti. Diese ist ebenfalls Streetworkerin und hat das Write4 Gold Festival in Neustadt organisiert. Mit Frau Engelhardt von Sozialraummanagement Ost sind Sie gut beraten, und auch mit der Streetworkerin Frau Reinhardt. Jedoch brauchen Sie eine Institution, die für die Organisation, den Aufbau und die Haftung des Projektes verantwortlich ist. Es wird also eine Rechtsform benötigt. Am ehesten schlage ich in diesem Fall einen Verein vor. Das ist die einfachste Geschäftsform, die ist nicht kostenaufwändig und ein Verein dient als gute Verhandlungsbasis unter den Akteuren. Außerdem werden somit Förderungen erleichtert, verglichen mit Privatpersonen. Des Weiteren sind die baulichen Vorbereitungen wichtig. Das Gebiet ist in großen Teilen baufällig und verschiedene Bauten sind eingestürzt. Die Freiflächen sind verwildert oder vermüllt. Zu den Aufräumarbeiten gibt es die Möglichkeit, straffällig gewordene Sprüher auf Bewährung mit Sozialstunden einzusetzen. Diesen kann die Vision vermittelt werden, es sind Experten in dem Gebiet Urban Art und man kann sie motivieren, ihre Sozialstunden abzubauen und gleichzeitig bei der Planung mitzuwirken. Dafür am besten einfach die Gerichtskarteien durchgehen und betroffene Personen anwerben. Dann heißt es anpacken, denn es stehen eine Menge Arbeiten an. Genaue Abrechnung ist wichtig, damit alle Gelder zurückverfolgt werden können.

Wie kann ich Gelder aggregieren, was kann die Stadt tun?

Gelder können in geringem Maße über das Sozialraummanagement aggregiert werden, ansonsten ist Sponsoring und hoher Eigenanteil gefragt. Gerüste hat die Stadt Halle, es liegt nur am Verein diese aufzubauen und abzubauen. Ein großes Netzwerk kann alle Ideen relativ kostengünstig umsetzen. Das Grünflächenamt sollte informiert werden, denn diese können bei der Reinigung und Bereitstellung von Freiflächen wichtig sein. Erstens haben diese Personal um mitzuarbeiten und zweitens wissen diese über die Beschaffenheit und die Richtlinien der Freiflächenvorbereitung bescheid.

Also halten Sie das Projekt für realistisch?

Es bedeutet eine Menge Arbeit, jedoch scheinen alle Netzwerkkomponenten vorhanden zu sein, und die

Wege sind realistisch. Sie haben die richtigen Ansprechpartner und wissenschaftliche Herangehensweisen. Diese sind bei der Vorbereitung immer hervorzuheben. Wie das Festival und die ganze Aktion am Ende heißt und abläuft ist sekundär. Hauptsache der Standortentwicklungsansatz kommt wissenschaftlich zur Geltung um Akteure und Förderung bereitzustellen.

Kittel, S. Vorstand Graffiti Verein e.V
Gespräch an der Uni Leipzig 8.2.2011, 12 Uhr

Wie sehen Sie die Offenheit seitens der öffentlichen Verwaltung gegenüber Graffiti und Streetart?

Die Offenheit ist gering einzuschätzen. Konkret kann ich nur für Leipzig sprechen, die Stadt verfolgt eine Null-Toleranz Strategie gegen Graffiti. Das bedeutet, dass es keine legalen Flächen gibt, sondern nur Flächen, auf denen es toleriert wird. Die einzige Stufe der Gesetzesverschärfung, die noch bleibt, ist, dass das Mitführen von Sprühdosen bestraft wird, bei vorbestraften Tätern ist dies bereits ein Vergehen.

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Graffiti und Streetart als Stadtverschönerung einzusetzen. Auch Jugendarbeit praktiziert erfolgreich mit Graffiti. Realisieren die Städte die Chancen und Potentiale dieser Gestaltungsformen?

Es ist sehr schwer mit Städten zu kooperieren, da die Lobby der Graffitikultur unter hohem Kritikdruck steht und wenig Mittel zu Verfügung hat. Die Mittel für die Jugendarbeit sind mitunter die ersten, die Kürzungen unterliegen und darunter leidet auch die Handlungsfähigkeit solcher Institutionen, um mit Graffiti zu arbeiten. Das Ordnungsamt hingegen steht in der Verwaltung mit hohem Einfluss. Dieser hohe Einfluss stellt sich grundsätzlich gegen Graffiti, aufgrund des schlechten Images und der verursachten Schäden. Dieses Problem wird daher nicht gefördert.

Aber nur durch Legalisierung kann das Image verbessert werden. Mit steigender Qualität steigt auch die Akzeptanz in der Bevölkerung und bereitet den Weg vor, stadtgestalterisch damit zu arbeiten.

Städte wie Leipzig wollen mit dem Image überhaupt nichts zu tun haben. Sie arbeiten dagegen und haben keinerlei Interesse, sich damit auseinanderzusetzen. Denn wenn schöne Werke entstehen, die Leuten gefallen, dann rufen diese nicht bei der Stadt an, um zu loben. Hat jedoch jemand ein frisches unverständliches Tag an seiner Eigentumswohnung, ruft dieser das Ordnungsamt an, um sich zu beschweren. So kommen die positiven Aspekte von Graffiti oder Streetart nicht ans Gehör der Verwaltung, sondern nur die konzentrierten Beschwerden. Für die Stadt erscheint es als bloßes Ärgernis.

Sie als offiziell etablierte Institution, als Verein mit wissenschaftlicher und künstlerischer Basis zu diesem Phänomen: wie schätzen Sie ihre Einflussmöglichkeiten?

Durch die wenigen Mittel und der politischen Kritik wird die Arbeit zunehmend schwerer. Der Fokus der Projekte liegt auf Nischen, die nicht im Rampenlicht der Aufmerksamkeit stehen.

Wie schätzen Sie den Einfluss eines Urban art Festivals in beschriebenem Rahmen auf die Stadtentwicklung ein?

Das Projekt ist gut durchdacht und kann durchaus Impulse wecken. Hinsichtlich der Kosten stelle ich mir das

Projekt sehr aufwändig vor. Der Rahmen ist einmalig und meiner Meinung nach ausbaufähig.

Die Stadt ist ein entscheidender Akteur in der Realisierung des Projektes. Auch wenn es keine finanziellen Mittel gibt, kann sie moderieren, unterstützen und Akzeptanz steigern. Kann man die Stadt zur Zusammenarbeit überzeugen?

Ich denke das wird der schwierigste Teil. Wenn ich nur für Leipzig sprechen müsste, würde ich sagen, dass es illusorisch ist. Denn die Verwaltungsstrukturen sind teilweise sehr veraltet. Das bedeutet, dass die Akteure schon lange in der Verwaltung sitzen, und nicht risikobereit sind, besonders nicht kurz vor dem Ruhestand. Hinsichtlich eines besonderen Projektes, welches Idealismus und Visionsgeist voraussetzt, stelle ich es mir sehr schwer vor, diese Akteure zu begeistern, besonders ohne Referenzen und mit solch einem schwierigen Thema wie Graffiti.

Da ich dieses Thema aus Stadtentwicklungsperspektive behandle, habe ich viele Vorteile, durchaus auch ökonomische, ausgemacht, mit denen die Stadt Graffiti nutzen kann. Und besonders die leere Stadt sollte doch das junge Eigenengagement, welches Graffiti signalisiert, nutzen.

Die Herangehensweise ist durchaus passend, um mit der Stadt zu kooperieren und diese auch zur Mitarbeit zu bewegen. Dennoch müssen die Vertreter der Stadt offen sein und auch die Energie und eben genannten Idealismus aufweisen. Und da schätze ich die Verwaltungsstruktur zu konservativ und ruhestandsnah ein. Deren Bild von jungem, kreativen Potential sieht anders aus, da die Graffitikunst einen schlechten Ruf hat, und wenig Akteure sich ausgiebig damit beschäftigen. Ich kann mir sehr gut vorstellen, dass sowohl Planungsamt wie auch Jugendamt zur Mitarbeit zu bewegen sind. Diese werden sowohl offen für die ökonomischen, städtebaulichen, und sozialen Chancen dieses Projektes sein. Doch deren Einfluss ist gegenüber dem Ordnungsamt gering und das stellt die größte Hürde dar, denn das genannte urbane-Spielplatz-Prinzip ist mit deren Ordnungssinn schwer vereinbar.

Halten Sie das Projekt für unrealistisch?

Nein. Es wird eine Menge Arbeit und eine Menge Kommunikation erfordern. Im ständigen Austausch mit Planung, Verwaltung und Öffentlichkeit kann so ein Festival umgesetzt werden, doch wird es ein sehr zäher Prozess, der auch die Unterstützung der Politik benötigt. Vergleiche wie Graffiti wirtschaftlich und stadtentwicklungstechnisch wirken kann, können helfen, Akteure zu überzeugen. Die Stadt lässt sich durch Interesse anderer Akteure, wie Vereinen und privaten Investoren, auch eher zur Mitarbeit verleiten. Wichtig ist, dass das Projekt nicht im Elfenbeinturm geschmiedet, sondern draußen kommuniziert wird. Sollte das Projekt gelingen, kann es bestimmt in vielen Bereichen ein Vorbild sein, und auch andere Städte überzeugen, offener mit ihrem öffentlichen Raum umzugehen.

Nachtreffen am 2.8.2011 in der Landsberger Straße, Freiimfelde 14 Uhr 2011

Herr Kittel kalkulierte mit Expertenwissen beispielhaft an einer 120 qm Fassade die Einrüstung, Vernagelung und Grundierung. Dabei ergab sich überschlagen ein Budget von 2500 Euro/ Fassade, wenn die Arbeit auf ehrenamtlichem Engagement basiert, also ohne Personalkosten. Wenn es keine Materialspenden gibt, sondern allein auf monetärer Basis organisiert werden würde, sollte für das Festival im Idealfall ein Budget von 25.000 Euro vorhanden sein. Herr Kittel und der Graffiti Verein erklären sich bereit, die physische Vorbereitung der Urban Art Area mit Arbeitskraft zu organisieren und umzusetzen.

Mirtschink, T. Stadtplaner Halle, Fachbereich Stadtentwicklung und Planung, Experte Halle Ost: Gespräch am 16.05.1986, 11 Uhr am Hansering 15 - Technisches Rathaus

Wie beurteilen Sie die wirtschaftliche und soziale Funktion in Halle Ost?

Halle Ost ist großteilig Gewerbegebiet, das sich in klein- und mittelständische Unternehmen gliedert. Nach einer Zeit des wirtschaftlichen Rückgangs etablieren sich wieder mehr Firmen in Halle Ost. Allerdings ist die planerische Steuerung dort sehr schwer, aufgrund der kleinteiligen Eigentümerstruktur. Das Wohngebiet ist historisch aus der Gründerzeit gewachsen, und Halle Ost ist von je her Arbeiterstandort, aufgrund der industriellen Prägung. Davon zeugt auch noch die Handwerksbetriebsstruktur. Es gibt kleinteilige Ladenstrukturen und industrielle Brachen. Es gibt Überlegungen der Bahn, Teile des brachliegenden Gleiskorridors wieder in Betrieb zu nehmen, für den Güterverkehr. Es soll der größte Güterbahnhof Ostdeutschlands entstehen.

Was ist die Entwicklungsperspektive?

Die Planungen sind auf Unterstützung der Gewerbefunktion ausgerichtet. Städtebauliche Gelder reichen nicht für Sanierungsprojekte. Insbesondere die Infrastruktur soll im weiteren Osten Halles gestärkt werden, um Logistik und Unternehmen zu unterstützen. Hierzu werden Mittel aus dem Konjunkturpaket II aggregiert. Ansonsten liegen keine konkreten Planungen vor. Es gab verschiedene Ansätze, den alten Schlachthof im Norden der Freiimfelder Straße neu zu nutzen. Verschiedene Wettbewerbe haben hier kreative Lösungen vorgestellt, allerdings gab es keine Möglichkeiten der Umsetzung.

Gibt es geschlossene Quartiere in Halle Ost?

Gleich hinter dem Bahnhof schließt sich Freiimfelde an, damals so genannt, weil es "mitten im Feld" lag, abseits, östlich des Bahnhofes. Dieses Gebiet hat einen schlechten Ruf, der "Hinterhof Halles" wirkt sehr isoliert. Hoher Leerstand und geringe Gelder bei hohem Sanierungsbedarf erschweren den Umgang. Zwar ist das Gebiet Freiimfelder Straße, Landsberger Straße Erhaltungsgebiet, doch ohne finanzielle Mittel kann die Stadt keine Erhaltung erzwingen.

Dahinter schließt das Genossenschaftswohnquartier an. Dies ist ein funktionales, ruhiges und schönes Wohngebiet mit Zeilenbauten und Grünflächen sowie funktionierender Versorgungsstruktur (Schulen, Kindergärten). In diesem Bereich sind keinerlei Eingriffe oder Planungen benötigt.

Als Puffer schließt wiederum im Osten der Genossenschaftssiedlung eine Kleingartenanlage an. Diese schützt vor Lärm, Emissionen und sonstigen Belästigungen, die das Gewerbegebiet verursachen. Dieses zieht sich östlich in die Peripherie bis an die Stadtgrenzen von Halle und macht den wesentlichen Teil des östlichen Stadtgebietes aus.

Wie ist die Leerstandssituation in Freiimfelde, was sind Entwicklungsperspektiven für die Landsberger Straße und den anschließenden Querstraßen?

Dafür verweise ich sie auf Herrn Dr. Fliegner (ebenfalls im technischen Rathaus), Projektmanager für den Stadttumbau, der neuere Zahlen vorliegen haben sollte. Das Gebiet ist sehr unattraktiv, es hat ein schlechtes Image und ist "auf der anderen Seite". Die Etablierung des X-Caree trägt auch nicht wesentlich zum Image bei. Zudem sind die Gleise eine große Barriere, die auch visuell beeinträchtigt. 95% der Häuser gehören privaten Eigentümern, teilweise auch verstreuten Erbgemeinschaften.

Die Situation gleicht sehr dem Glaucha Quartier. Dieses hat durch die IBA eine Aufwertung erfahren, und Zustände haben sich wesentlich gebessert. Auch dieses Quartier hatte verstreute Eigentümer, Leerstände und gründerzeitliche Bebauung, ein schlechtes Image und eine Barriere zur Innenstadt Halles, in diesem Fall die Hochstraße und keine Gleise.

Aber auch in Glaucha wurden durch gute Vernetzung verschiedener Akteure, auch privater Vereine (Post-kult), Zusammenarbeit organisiert, wodurch viele Maßnahmen stattfinden konnten.

Dies bleibt bei den wenigen Mitteln die einzige Entwicklungsperspektive: endogene Potentiale müssen genutzt werden, denn Investoren werden sich diesem Gebiet nicht nähern, oder sie werden es abreißen, da Sanierungskosten zu hoch sind. Daran kann auch die Erhaltungssatzung wenig ändern. Aber wenn sich Eigentümerverbände schließen würden und beispielsweise für einen gesamten Block eine Innenhofentkernung arrangieren, würden sich mehr Planungsansätze verwirklichen lassen.

Können Sie sich eine Inszenierung und Belegung durch Etablierung einer Urban Art Gallery/ eines Urban Art Festivals vorstellen?

Ja. Ihre geschilderte Idee und die Zusammenhänge sind logisch und sind eine sinnvolle Perspektive, die gerade in Halle Ost funktionieren kann. Die Isolation des Gebietes und beschriebene Graffiti und Streetart-potentiale scheinen an diesem Ort anwendbar zu sein, ohne dass sie mit sonstigen Planungen der historisch ausgerichteten Innenstadtplanung kollidieren. Wenn sich verschiedene Eigentümer bereit erklären, kann hier ein Beitrag zu einer alternativen Stadtentwicklung geleistet werden.

Welche Kräfte können sie als Stadt mobilisieren.

Finanzielle Möglichkeiten hat die Stadt nicht. Das Beste, was die Stadt in dem Fall tun kann, ist, das Projekt mitzuvertreten. Dafür könnte die Stadt sich bereit erklären und somit die Kooperation und Vermittlung vereinfachen. Zudem ist das Sozialraummanagement der Stadt Halle bestimmt in solchen Projekten interessiert. Frau Engelhardt ist die Expertin für den Bereich Halle Mitte und Nord Ost. Das Management macht Jugendhilfeplanungen, Werkstätten und soziale Projekte.

Ansonsten kann die Stadt über das Liegenschaftsamt Eigentümer ermitteln und auf Kooperation ansprechen. Aber Projekte wie in Glaucha haben gezeigt, welche Ergebnisse eine gute Vernetzung und Engagement erzeugen kann.

Petrat,S. Landschaftsplaner: Gespräch im Planungsbüro Plantraum am 17.6.2011, 9 Uhr.

Was halten Sie von der Idee der Revitalisierung durch Urban Art im Festivalformat?

Ihre Idee hört sich sinnvoll an und das Konzept ist gut durchdacht, besonders der Ort eignet sich für so ein Vorhaben. Was kann ich für Sie tun?

Sie als Mitglied des Vereins HausHalten in Halle wissen über die vertraglichen Regelungen für Überlassungen mit privaten Eigentümern Bescheid. Aus dieser Sicht heraus, ist eine Realisierung des Projektes von vertraglicher Seite möglich?

Das Projekt sollte durchsetzbar sein. Die Wächterhausverträge haben bis zu 40 Seiten, regeln alle Zuständigkeiten bis ins Detail. Bei Ihrem Vorhaben geht es nicht um eine Wohnnutzung, sondern nur um Gestaltungsbefugnisse. Außerdem handelt es sich ja nur um Farbe. Das heißt, dass die vertragliche Regelung für solch ein Event einfacher ist, als das bei einem Wächterhaus der Fall ist. Allerdings müssen Sie jeden Eigentümer privat ansprechen und sollten den Begriff Urban Art genau beschreiben.

Wären Sie bereit mir dem Projekt bei Realisation Hilfestellung in der Vertragsformulierung zu geben?

Der Verein HausHalten kann sich mit solch einem Projekt beschäftigen und würde auch vertraglich mitarbeiten. Kontakte zur Mitarbeit sind: Stefan Ristow (Streetartist), Stefan Schirmmeister (Vorstand HausHalten) und Gernot Lindemann (Glaucha-Eigentüervermittlung und Kooperation).

Schulz, S. Vorstand des “Halle-gegen-Graffiti e.V.,” Gespräch im Restaurant “Goldenes Herz” in Halle am 23.3.2011, 11 Uhr.

Wie viele Mitgleider hat der Verein?

Der Verein zählt zwischen 25 und 35 Mitgliedern.

Wie verläuft die Arbeit, welchen politischen Einfluss hat der Verein?

Die Arbeit beläuft sich auf Information und Aufklärung, außerdem in der Forderung härter Verfolgung der Straftäter, die mit Graffiti privates Eigentum beschmierern. Der Verein hat zudem politischen Einfluss. Ein Bundestagsabgeordneter, ein Landtagsabgeordneter und vier Stadträte sind Mitglied, ich bin im Ausschuß für Umwelt und Ordnung und Herr Sodann ist ehemaliger Bundespräsidentenskandidat. Er ist nicht parteigebunden und agiert daher rein auf informativer Basis. Außerdem werden Patenschaften für bestimmte Stellen übernommen, die regelmäßig beschmiert werden, aber aufgrund der hohen Schutzwürdigkeit betroffener Bauten mit Hilfe der Patenschaften ständig gereinigt werden.

Sehen Sie in Graffiti kreatives Potential?

Persönlich als Vorsitzender habe ich gegen die künstlerische Anbringung von Graffiti wenig einzuwenden. Als Mittel der Verschönerung ist es ein angebrachtes Mittel, und wenn der Einsatz von öffentlicher oder privater

Seite legitimiert ist, können und werden wir nichts dagegen unternehmen. Von professionellen Künstlern und unter legalen Bedingungen erkennen wir (bzw. ich) Graffiti auch als Kreativität und Kunst an. Unsere Arbeit richtet sich, wie auf der Website auch beschrieben, gegen "illegale Graffitschmiererei". Also sachbeschädigendes Geschmiere, welches Quartiere abwertet und Eigentümern Schaden bereitet.

Kennen sie Streetart, was ist ihre Haltung dazu? Die Kunst der Straße kann aufwertend wirken und muss sich daher dem Gentrifizierungsvorwurf aussetzen.

Streetart ist mir aus Kultur- und Fernsehberichten bekannt, der Gentrifizierungsvorwurf jedoch nicht. Bei legaler Anbringung kann Streetart bestimmt aufwerten.

Hat der Graffitiverein Lösungsansätze und Konzepte, die nicht auf Verschärfung der Gesetze, sondern auf Freiräume abzielen um Graffiti zu kontrollieren?

Der Graffitiverein wehrt sich gegen Kooperation mit den Akteuren. Wir sind in erster Linie dazu da, Graffiti zu verhindern, und werden das auch weiter von öffentlicher Seite her verfolgen. Es ist zwar richtig, dass Gesetzesverschärfung eher die Qualität als die Quantität der Graffitis beeinflusst, jedoch würden wir uns als "geschlagen" zeigen, wenn wir mit den Akteuren zusammen kooperieren würden. Insofern verläuft unsere Prävention nicht durch Abstimmung mit den "Tätern" oder in der Zuweisung von Freiräumen, sondern in konsequenter Gegenarbeit.

Finden Sie nicht, dass Halle das Graffitipotential nutzen könnte, aufgrund der quantitativen Außergewöhnlichkeit?

Aufgrund des Schadens würde ich nicht von einem Punkt sprechen, auf den Halle stolz sein kann. Trotzdem erkenne ich das Potential der außergewöhnlich hohen Anzahl von Graffiti Tätern in Halle an. Ich wiederhole nochmal, wenn private oder öffentliche Seiten mit diesen Akteuren zusammenarbeiten, um Stadtverschönerungen wie zum Beispiel Stromkastengestaltung vorzunehmen, ist das legitim.

Können sie sich ein Festival vorstellen, in dem man Halles ungenutzten Raum mit Streetart und Graffiti inszeniert?

Ich würde es sehr ungern sehen, wenn die Graffiti Tätigkeit auch noch über große Contests, Wettbewerbe und ähnlichem regional bekannt gemacht wird. Wir wollen Halle nicht zum Graffiti mekka werden lassen. Eine regionale Attraktivität für diese Gruppe wollen wir verhindern. Daher unterstütze ich den legalen Einsatz von Graffiti auch nur, wenn er nicht an die große Glocke gehängt wird, also außerhalb jeder Aufmerksamkeit und gegen Attraktivierung. Denn diese Contests, wie sie auch schon in Halle stattfanden, wie zum Beispiel der Wettbewerb des Garagenvereins, erfordern erhöhte Wachsamkeiten und hohe Polizeipräsenz, damit im Anschluss solcher Aktivitäten keine Kollateralschäden entstehen, durch die angezogenen "Gäste". Und diese hohe Polizeipräsenz macht das Erlebnis auch für die Graffiti Aktive nicht gerade attraktiver.

Zudem finde ich nicht, dass sich der Raum ungefragt angeeignet werden darf. Selbst die großen Leerstände haben Eigentümer, und nur weil die sich nicht um den Erhalt kümmern, kann nicht jeder drauf rumschmieren. Ich finde, solche Gebäude, die auch das Umfeld durch ihren Leerstand beeinträchtigen, sollten in erster Linie an die Kommune fallen und diese sollte entscheiden, was damit passiert.

Wenn diese es für die legale Gestaltung freigibt, dann können wir nicht mehr machen, als bei solchen Contest oder Festaktivitäten die Nachbarschaft zur Vorsicht aufzurufen, und eventuell einen kritischen Pressebericht verfassen, um Kollateralschäden zu vermeiden.

Aber man sollte bei einem solchen Vorhaben mit einem einzelnen Gebäude anfangen und es nicht öffentlichkeitswirksam verbreiten, denn das würde nur zur Attraktivität von Graffiti führen.

Aber die Urban Art-Szene zieht nicht nur Maler selber an, sondern auch Touristen und kreatives, künstlerisches Publikum lassen sich davon begeistern oder inspirieren, wie in Berlin zum Beispiel. Diese Bewegung kann auch aufwerten und Stadtviertel mit einem besonderen Ruf versehen, der bis hin zur ökonomischen Verdrängung reichen kann. Auch das Paulusviertel, welches ja im Gentrifizierungsprozess steckt, hat einen hohen Anteil an Graffitis, und die letzten leerstehenden Häuser sind großteilig mit Malereien bedeckt.

Es mag sein, dass Berlin damit seinen Tourismus stärken kann, Halle ist aber nicht Berlin, und der typische Hallenser ist um einiges "provinzieller" als der durchschnittliche Berliner.

Das Paulusviertel ist zwar im Aufwärtstrend, allerdings muss das nichts mit Graffiti zu tun haben. Der Anteil hier ist weder qualitativ noch quantitativ höher als in anderen Vierteln, und die meisten der Hausbesitzer dort hätten lieber kein Graffiti an den Wänden.

Wie sehen Sie die politische Seite hinsichtlich eines solchen Projektes?

Die Politik hat sich lange nicht um Graffitiaktivität gekümmert. Seit 2005 ist die Gesetzeslage verschärft worden, seit 2008 nutzt die Stadt alle Möglichkeiten, um gegen die Täter vorzugehen. Erfasste Täter haben seitdem Mitführungsverbot von Markern oder Sprühdosen. Aber die Stadtverwaltung ist geteilt. Auf der einen Seite werden Gesetze verschärft, auf der anderen Seite fließen noch Mittel in die Unterstützung der Jugendarbeit mit Graffiti.

Voß, S. Geschäftsführer des Stadtmarketings in Halle, Gespräch in Halle, Marktplatz 13 am 20. 4.2011, 10 Uhr

Aus welchen Teilen setzt sich Halles Image zusammen,?

Halle hat die größte Dichte an Flächendenkmälern pro Einwohner, außerdem die höchste Kulturichte pro Einwohner. Die unzerstörte Altstadt sowie die Franckeschen Stiftungen sind weitere Schwerpunkte des Stadtmarketings. Halle Neustadt steht auf der Liste fürs Weltkulturerbe, kollidiert aber mit dem Welterbe Franckesche Stiftungen, da die Hochstrasse diese berührt. Außerdem bewirbt sich Halle als Stadt der Wissenschaft, welches ein essentieller Imagebestandteil ist. Die hohe Anzahl an Bildungseinrichtungen gibt Halle weitere Alleinstellungsmerkmale sowie die Luther Universität als älteste reformierte Uni Deutschlands.

Spielt Kreativität in Halles Image eine Rolle?

Durchaus. Halle hat eine große kreative Szene, ist außerdem noch bekannt für Design und Kunst durch die entsprechende Hochschule. Beispiele für kreative Projekte, auch mit Leerstand, sind das "Liebling" oder die Panoramaleinwand.

Im Leitbild ist der Kreativitätsgedanke nicht ausgeführt?

Das ist richtig, das Isek ist schon etwas älter und es fehlen entsprechende Impulse.

Was sind die Schwächen in Halles Image? Verglichen mit den Alleinstellungsmerkmalen ist der Ruf regional wie national unterbewertet.

Es fehlen Gelder. Das Stadtmarketing kann sich den Potentialen nicht widmen, wenn die finanziellen Ressourcen zur Vermarktung fehlen. Mit großen Feiern wie den Händelfestspielen ist ein Großteil des knapper werdenden Budgets aufgebraucht, der Rest ist reserviert. Wir versuchen zunehmend, uns im Marketing auf die weiteren Attraktionen und Standortfaktoren von Halle zu konzentrieren, denn für den zeitgenössischen Wettbewerb hat Halle konkurrenzfähige Institutionen, wie die Universitäten für Forschung oder Design und Kunst. Aber bei schwindenden Mitteln verläuft die Arbeit nur sehr kleinräumig.

Wo sehen Sie Halle 2025? Welche Rolle und welches Image hat Halle für sich und die Region?

Ich wünsche mir Visionäre, die ihre Planungen hier engagiert durchsetzen. Ein Beispiel für visionäres Denken ist die Wasserstadt Povel, die durch Umbau eines alten Industrieareals zu einem "kleinen Holland" mutierte, aufgrund umgebafter Grachten und Dekontaminierung des Gebietes. Des Weiteren hängt die Entwicklung der Stadt im Wesentlichen davon ab, ob das Land Satzungen für Business Improvement Districts erlässt. Durch solche Satzungen kann man effektiv Leerstandsbehebung und Aufwertung in Innenstadtgebieten betreiben, in Halle bevorzugt an der oberen Leipziger Strasse. Halle soll Kongresszentrum werden. Günstige Preise sowie zentrale Lage sind prädestiniert dafür. Außerdem sind Kongresse ein wichtiger Imageaspekt, da bei großen Kongressen Tausende von Besuchern Eindrücke der Stadt in alle Regionen verteilen. Dafür muss aber die Kongressinfrastruktur verbessert werden. Sowohl die Räumlichkeiten für Kongresse jenseits der 1000 Besucher, als auch die Hotelerie muss geräumiger und internationaler gestaltet werden, um diese Menschen zu beherbergen. Eine weitere City Mall, ein großes Einkaufszentrum, ist Grundvoraussetzung für einen weiteren Magneten innerhalb der Einkaufsstraße.

Bewerten Sie bitte die Leerstandssituation in Halle hinsichtlich des Imageeinflusses?

Mit Leerstand lässt sich das Image nicht verbessern. Leerstand ist eine große Schwäche von Halle und wird im Stadtmarketing nicht bearbeitet. Dies ist Aufgabe von Stadtplanern. Deren Konzepte können wir bei vorhandenen Mitteln vermarkten.

Die Kultivierung der Nische spielt eine große Rolle in der Stadtplanung. Nutzen Sie diese nicht?

Doch, genannte Projekte (Liebding, Panoramaleinwand) versuchen den Leerstand zu nutzen und kreatives Image zu verbreiten.

Welches Image hat Halle Ost?

Halle Ost ist mir bekannt und hat kein Image beziehungsweise ein Negativ-Image. Die Fokussierung liegt nicht auf Stadtteilimages, sondern auf gesamtstädtischen Imagebildungsprozessen, daher wird auf solche Teile, die dabei noch sehr defizitär sind, wenig eingegangen.

Nun hat Halle Ost aber eine zentrale Lage. Sie sprachen von Magneten am oberen Ende der Einkaufsstrasse also zum Bahnhof hin. Bietet sich Halle Ost nicht zur Entwicklung an? Menschen erreichen den Bahnhof und haben die Wahl zwischen links und rechts?

Das ist durchaus richtig. Im Osten gibt es neben dem peripheren Gewerbe auch die Halloren Schokoladenfabrik. Diese ist ebenso Wahrzeichen für Halle und touristischer Anlaufpunkt, also ein Potential. Touristen fahren vielfach dorthin, besonders asiatische, um sich den Prozess der Zubereitung anzusehen und sich gleichzeitig einzudecken mit den Produkten. Allerdings ist es bedenklich, dass der Weg zu dieser Fabrik durch die städtebaulichen Missstände des Hallenser Ostens geprägt ist, der den Besuchern nicht entgeht und ebenso hängenbleibt. Also gibt es ein differenziertes Außenimage und die touristische Route ist nicht vollständig ausgestattet.

Welche Rolle spielt Urban Art in der Imagearbeit?

Mit Graffiti und Streetart wird in Halle wenig gearbeitet. Es ist ein schwieriges Thema und differenziert zu betrachten. Die Zusammenarbeit scheint unsteuerbar mit den Akteuren.

Doch das kreative Potential von Urban Art kann doch als Standortfaktor besser vertreten werden, vor allem da es sich bei der Vielfalt von Urban Art in Halle um ein Alleinstellungsmerkmal handelt, welches Halle vor allem hinsichtlich des kreativen Stadtentwicklungsprozesses unterstützen kann.

Es herrschen aber Angst und Vorurteile, weil sich Graffiti nicht nur an Leerständen konzentrieren, sondern auch auf sanierte Fassaden übergreifen. Dennoch ist der Entwicklungsansatz mit Urban Art interessant. Es wird bald ein Stadtforum über Stadtentwicklung mit Trends stattfinden, wo dieser Ansatz durchaus aufgegriffen werden könnte.

Gespräch mit Herrn Ulrich, Dezernat für Ordnung, Gesundheit und Sport im Rathaus Halle am 23.6.2011, 15 Uhr

Wie schätzen Sie die Entwicklung von Graffiti in Halle ein und was bedeutet diese Entwicklung für die Stadt

Halle ist Graffitihochburg. Das bedeutet, der Zustand ist hier einzigartig schlimm. Die Masse ist nicht kontrollierbar, es gibt zu wenig Gelder, als dass die Stadt konkret dagegen vorgehen kann. In Berlin gibt es die Verordnung, nach der die Stadt den Eigentümer zwingen kann, das Haus zu reinigen, sonst macht die Stadt es auf Kosten des Eigentümers. In Halle geht das nicht. Hier kann der Eigentümer nur gebeten werden, und diesem Wunsch wird oft nicht nachgegeben, da sich neue Graffiti dort ansiedeln werden.

Gibt es Maßnahmen, präventiv zu arbeiten, indem Freiräume gegeben werden?

Es gibt einige Wände, wie sie bestimmt wissen, doch sie verringern kein GraffitiAufkommen. Teilweise sind in den Gebieten sogar mehr Graffiti zu verzeichnen. Außerdem halte ich das Niveau von Hallenser Graffitiaktivisten für sehr gering, verglichen mit anderen Städten. Die künstlerische Anwendung findet hier kaum statt. Es gibt ein privates Haus, welches sehr anschaulich mit Graffiti oder Streetart gestaltet wurde, aber das war ein Projekt der Kunststudenten, Burg Giebichenstein. Das Ordnungsamt kann und wird, wie der Anti-Graffiti-Verein keine Maßnahmen unternehmen, wenn die Anbringung von Graffiti im legalen Rahmen passiert. Freiflächen werden generell von der Stadt unterstützt, doch haben wir den Eindruck, dass die Angebote nicht ankommen. Wenn mal eine Skizze vorgezeigt werden sollte, kam nichts zurück. Wogegen sich das Ordnungsamt richtet, ist die illegale Graffitimalerei, egal ob gut oder schlecht.

Halten Sie beschriebenes Urban Art Festival für unrealistisch?

Ich stelle mir das Projekt gut vor, allerdings glaube ich, dass die Menschen Angst haben. Ich kann mir nicht vorstellen, dass Sie private Eigentümer dazu bekommen, auf diesen Zug aufzuspringen. Aufgrund der kritischen Lage mit Graffiti in Halle und des niedrigen Niveaus, ist die Mehrheit dagegen. Die Leute werden das nicht haben wollen.

Welche Art Genehmigungen müsste ich einholen?

Erst mal natürlich mit den Eigentümern Verträge eingehen. Außerdem beim Tiefbauamt anfragen, wegen der Gestaltung der Infrastruktur. Das Stadtplanungsamt darf keine andersweitigen Vorgaben oder Pläne für das Gebiet haben. Das Bauordnungsamt sollten Sie informieren, damit es die Grundstücke sichert beziehungsweise den Eigentümer auffordert, damit entsprechende Flächen genutzt werden können.

Aber Sie als Graffitiexperte - von Seiten der Ordnung: glauben Sie nicht, dass so ein Projekt Forschungswert hat? So ein Pilotprojekt kann Aufklärung bringen, wie Graffiti und Streetart wirklich wirken, inwiefern es steuerbar ist, ob es auf- oder abwertet.

Dieser wissenschaftliche Ansatz ist durchaus reizvoll, aber ich kann mir für Halle da keine Zukunft vorstellen, da ich, wie gesagt, das Niveau für gering halte, genauso wie die private Bereitschaft. Allerdings wünsche ich viel Erfolg, und solange alles legal abläuft, wird Ihnen das Ordnungsamt keine Steine in den Weg legen.

Danksagung und Eidesstattliche Erklärung

Mein Dank gebührt:

Für ausführliche Beratung:

Dr. Nina Schuster und Dipl.- Ing. Päivi Kataikko

Für Austausch, Information, Gespräche, grafische und textliche Hinweise:

Frank Amay, Stefan Petrat, Peter Gaudig, Kathrin Reinert, Kathrin, Martin Gabor Krause,
Gernot Lindemann, Thomas Mirtschink, Sascha Kittel, Stefan Schulz, Viola Schulze Dieckhoff,
Robert Schulze Dieckhoff, Matthias Schneider, Dominik Osthues, Ina Treihse, Daniel von Busse, Boris Hoppek,
Klub 7, Ute Engelhardt, Mirko Petrick, Kathrin Ströfel, Hr. Ulrich, Sure Shot und Backyard

Für ständigen moralischen Beistand:

Viola Schulze Dieckhoff

Iris von Busse

Daniel von Busse

Eidesstattliche Erklärung:

Hiermit versichere ich, dass ich diese Arbeit selbstständig angefertigt und keine weiteren
als die aufgeführten Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Halle, August 2011

Hendryk von Busse

*Imagine a city where graffiti wasn't illegal,
a city where everybody could draw wherever
they liked. Where every street was awash with
a million colours and little phrases. Where
standing at the bus stop was never boring. A
city that felt like a party where everyone was
invited, not just the estate agents and barons
of big business. Imagine a city like that and
stop leaning against the wall – it's wet.*

Banksy