media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

Katja Glaser

Passagen. Eine Street Art-Tour mit dem Smartphone

2013

https://doi.org/10.25969/mediarep/1213

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Glaser, Katja: Passagen. Eine Street Art-Tour mit dem Smartphone. In: *Navigationen - Zeitschrift für Medien- und Kulturwissenschaften*, Jg. 13 (2013), Nr. 2, S. 63–74. DOI: https://doi.org/10.25969/mediarep/1213.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:
https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:467-8310

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.
Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:
This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.
By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

PASSAGEN

Eine Street Art-Tour mit dem Smartphone

VON KATJA GLASER

Street Art[1] gilt, wie ihr Name schon sagt, *per definitionem* als orts- und situationsbezogene, urbane Kunst. Daraus lässt sich ein weiteres Charakteristikum ableiten: ihre relative Kurzlebigkeit. Denn: sie kann von anderen Artists übermalt/-klebt/-sprayt, von städtischen Reinigungstrupps entfernt oder aber vom Wetter abgetragen werden. Im Zuge aktueller Vernetzungs- und Globalisierungsprozesse sowie der zunehmenden Verdichtung raumzeitlicher Wahrnehmungshorizonte ist derzeit zudem ein neuer Trend feststellbar: Street Art vernetzt sich. Oder anders ausgedrückt: Sie ›verlässt‹ die Straße, zumindest in gewissem Sinne.[2]

Statt also weiterhin ihr vergängliches Dasein auf der Straße zu fristen, situiert sich Street Art zunehmend *nicht mehr nur allein* im urbanen Stadtraum. Vielmehr findet sie sich – durch Praktiken digital vernetzter Medien – in spezifischen Hybridräumen verortet, in denen sich städtischer Raum und ›virtueller‹ Raum überlagern. Smartphones erweisen sich dabei als wichtige Schnittstelle, die eine Verschränkung von ›realer‹ und ›virtueller‹ Lebenswirklichkeit bewerkstelligen: Quasi im Vorbeigehen werden Fotos der Street Art gemacht und im direkten Anschluss, ohne große Zeitverzögerung, in Form von digitalen (Ab)Bildern in den Datenstrom des Internet eingespeist. Zudem nehmen sich derzeit auch ganz ›neue‹ Medientechnologien der Street Art an: spezifische Smartphone-Apps. Mittels jener Apps wird Street Art nicht mehr nur *auf* bzw. *über* spezifische Street Art-Applications archiviert (bzw. archivierbar), sondern gleichzeitig auch für deren User schneller und einfacher lokalisierbar – schließlich gestaltet sich das Auffinden ästhetisch konnotierter Street Art-Werke für deren Fans nicht immer ›als Spaziergang‹, zumindest nicht, wenn diese in fremden Städten oder unbekannten Gegenden unterwegs sind.

Anhand eines konkreten Fallbeispiels, der *Street Art Berlin*-App[3], soll in diesem Artikel diskutiert werden, welche Rolle jener Application hinsichtlich der zuvor anskizzierten Medialisierungspraktiken und Archivierungsbestrebungen zukommt. Im Fokus der Betrachtung steht dabei vor allem der konkrete, realräumliche Kontext von Straße, Kunst und ›Feldbedingungen‹ sowie die Notwendigkeit einer Neuperspektivierung unter additionalem Einbezug neuer, digital vernetzter

1 Als Basiswerke gelten dabei u.a. Blanché: Something to s(pr)ay; Klitzke/Schmidt: Street Art; Reinecke: Street Art sowie Metze-Prou/Van Treek: Pochoir.

2 Mit ›Verlassen‹ ist nicht eine uneingeschränkte Absage gegenüber dem Stadtraum gemeint, sondern vielmehr handelt es sich um Überlagerungen, Überschneidungen, Interdependenzen etc., wie im Folgenden näher ausgeführt wird.

3 www.itunes.apple.com/us/app/street-art-berlin/id566611117?mt=8#, 02.04.2013.

Medientechnologien, wie einer Smartphone-App. Zur Diskussion steht, *ob* bzw. *wie* jene Street Art-App die Stadt, deren Kunst sowie ihre Rezipienten als ›Feld‹ bearbeitet, verfertigt, zurichtet und gegebenenfalls auch laboratorisiert. Gefragt wird: Welche Rolle spielt das portable Smartphone-Device bei der Teilnahme und Beobachtung, der Konstitution und Laboratorisierung der Street Art? Welche Potenziale, aber auch Herausforderungen ergeben sich sowohl für den User als auch für den Feldforscher unter Zuhilfenahme neuer, digital-vernetzter Medientechnologien, wie einer Street Art-App? Tragen jene zur Generierung neuer Orte bei, zu denen sich der Rezipient neu zu situieren hat? Ist digitale Mobilität dabei mit realräumlicher bzw. geografischer Mobilität gleichzusetzen?

In Abschnitt 1) wird der Einsatz spezifischer Street Art-Apps für das Smartphone anhand eines ausgewählten Fallbeispiels, der *Street Art Berlin*-App, diskutiert. In 2) wird ein Ausblick auf aktuelle Tendenzen der Street Art in Kombination mit neuen Medientechnologien gegeben. Gleichzeitig wird aufgezeigt, welche Neuperspektivierungen jene digitale ›(Ab)Wanderschaft‹ der Street Art für Theorie und Praxis verlangt und wie das/der daraus folgende, permanente ›Trans(it)‹ zwischen realräumlicher Erfahrung und digitaler Überzeichnung sowohl Praktiken als auch Ästhetiken jener urbanen Kunstform (ver- bzw. über)formt. Es folgt ein knappes Fazit.

LOKALISIERUNG VON STREET ART IM REALRAUM: *STREET ART BERLIN*-APP

Hauptziel einer Vielzahl der sogenannten Street Art-Apps für das Smartphone ist die geomediale Lokalisierung von Street Art im Realraum, also in der Stadt. So auch bei *Street Art Berlin*. Jene beschränkt sich dabei auf die Lokalisierung pikturaler Erscheinungsformen von Street Art innerhalb des Berliner Stadtraums. In einem ersten Schritt wird zunächst auf die Konzeption und Funktionsweise der *Street Art Berlin*-App eingegangen, um folglich die ihr inhärenten, den urbanen Stadtraum medialisierenden Praktiken zu diskutieren.

Street Art Berlin ist eine Smartphone-App für das iPhone. Als ihr *curator* wird Uli Schuster geführt, ein in Berlin lebender Künstler, Kurator und Tour-Guide. Die zugehörige Software hat das dänische Startup-Unternehmen *Everplaces*[4] bereitgestellt. *Everplaces* ist eine Online Community, auf der Reise-, Feinschmecker- und Designfans ihre Empfehlungen gratis veröffentlichen können. Neuerdings offeriert die Community ihren Usern – sowohl Privatpersonen als auch Firmen – zudem einen neuen Service: das Erstellen von ortsspezifischen und ortsgebundenen Apps.[5] Mittels jener können sie ihre persönlichen Lieblingsspots direkt auf der digitalen Karte markieren und durch einen App-Download bei iTunes auch anderen Usern zur Verfügung stellen; und zwar in Form von digitalen, portablen Informationen auf ihrem Smartphone-Device. Die App kostet 0,79 €.

4 www.everplaces.com, 02.04.2013.

5 www.thenextweb.com/apps/2013/01/10/social-travel-service-everplaces-now-lets-anyone-make-their-own-mobile-app-guide/, 02.04.2013.

»Welcome to the mecca of street art in Europe!« – so lauten die begrüßenden Worte beim Öffnen der App. Und Berlin ist wahrlich ein ›Hotspot‹ für Street Art: Tags, Murals, Stencils, Paste-Ups[6] und Sticker wohin man schaut; in manchen ›Szenebezirken‹ in Kreuzberg, Mitte oder Friedrichshain sind weiße Wände zur Seltenheit geworden. Die Street Art hat Platzprobleme. Vor diesem Hintergrund scheinen die einleitenden Worte der App nicht überraschend: »We've scouted to find the most original artworks. Follow the trail of spray cans and discover what makes Berlin so unique«. Im Rahmen der App-Konzeption wurden hierbei genau 25 Kunstwerke zu »most original artworks« erklärt.[7] Auffallend dabei ist, dass diese Kunstwerke fast ausschließlich Murals sind, also großflächige Gemälde, die oftmals ganze Fassaden oder Häuserwände schmücken. Zudem sind ihre Artists (relativ) bekannte Künstler – und dies nicht nur innerhalb von ›Szenekreisen‹[8].

Festzuhalten bleibt: Das Hauptziel jener Street Art-App stellt die Lokalisierung konkreter Street Art-Pieces[9] im Realraum dar, unter Zuhilfenahme standortbezogener Dienste und Mapping Services (Location-based Services, LBS). Beim Starten der App hat der User grundlegend zwei Auswahloptionen: a) »Places« oder b) »Map«.

---

6 Ein Tag ist die gesprayte Signatur eines Sprayers. Diese sind vor allem in der Graffiti-Kultur beheimatet und folglich weniger auf den ganzen, übergeordneten Komplex der Street Art übertragbar. Neben der *klassischen* Raumaneignung geht es beim Taggen mehrheitlich um das Postulieren der eigenen Präsenz im urbanen Stadtraum. Einer, der jene Praktik wohl am obsessivsten betrieb, war der Graffiti-Artist *Taki 183*, der in den 1970er Jahren mit seinem Pseudonym ganz New York *invadierte*. *Taki* rekurriert dabei auf die griechische Kurzform seines Geburtsnamens »Demetrius«; *183* war die Hausnummer seiner New Yorker Adresse, vgl. dazu www.taki183.net/#, 31.12.2012.

Murals sind großflächige Wandmalereien, die heutzutage vor allem mit dem Kontext von Graffiti und Street Art in Verbindung gebracht werden; in ihrem Ursprung reichen sie aber zurück bis zur Höhlenmalerei und gelten daher als eine der ältesten Kulturleistungen der Menschheit. Vor allem in Lateinamerika prägen Murals (mit nationalen, sozialkritischen oder historischen Inhalten) bis heute das Stadtbild diverser Metropolen, Städte und Dörfer, vgl. hierzu auch der um die 1920er Jahre im Zuge der mexikanischen Revolution entstandene *muralismo*.

Stencils (engl. für Schablone) sind Werke und Bilder, die unter Zuhilfenahme von Schablonen, durch die Farbe gesprüht wird, angefertigt werden.

Unter Paste-Ups versteht man z.T. großflächige, auf Papier gesprayte Motive, die ausgeschnitten und dann mit Kleister auf den im Stadtraum befindlichen materiellen Träger, also die Wand oder die Mauer, aufgeklebt werden.

7 In einem Artikel der *taz* heißt es dazu, dass Schuster sich ganz bewusst auf jene Werke beschränkt hat bzw. jene Werke ausgesucht hat, da diese mit relativer Sicherheit eine recht hohe Lebensdauer aufweisen und folglich auch noch in einigen Monaten besucht werden können, vgl. dazu http://www.taz.de/1/berlin/tazplankultur/artikel/?dig= 2012%2F11%2F01%2Fa0061&cHash=b6ba252c2e 5f1052171 4fea5df34adb0, 02.04.2013.

8 Von *der* ›Szene‹ an sich zu sprechen, mag irreführend sein. Denn: *Die* ›Szene‹ gibt es nicht. Vielmehr sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass sich *die* ›Szene‹ aus verschiedensten heterogenen Akteuren und Akteursgruppen zusammensetzt, die oftmals kaum bis gar keine Gemeinsamkeiten aufweisen. Diese Thematik kann jedoch im Rahmen dieses Artikels nicht weiter ausgeführt werden.

9 Im Street Art- und Graffiti-Jargon spricht man anstelle von Bildern oder Werken von Pieces.

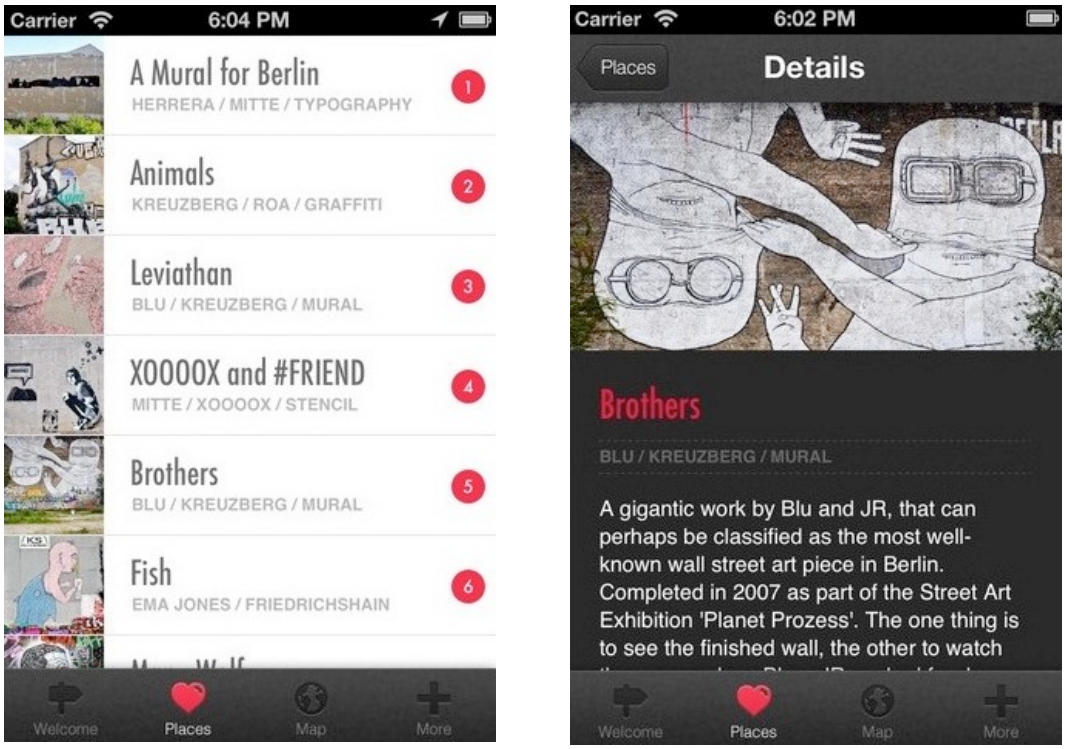

Abb. 1: Screenshots der Street Art Berlin-App: »Places« und des Murals Brothers von Blu und JR

Wählt er die Kategorie »Places« bekommt er folglich die komplette, durchnummerierte Liste der 25 in die App eingespeisten Street Art-Werke angezeigt (Abb. 1, links). In der Hauptübersicht werden diese komplettiert mit der Angabe des Künstlernamens, des Stadtteils sowie der angewandten Technik. Als besonders bekannte Werke gelten hierbei u.a. das vom belgischen Graffiti-Künstler Roa[10] in Kreuzberg angebrachte Tier-Mural, welches durch seinen filigranen Duktus auffällt. Ebenso wie die zwei vom italienischen Urban Artist Blu[11] in Kreuzberg angebrachten, großflächigen Murals (u.a. Abb. 1, rechts), die mittlerweile zu einem *der* Wahrzeichen Berlins gehören. Aber auch Victor Ashs[12] überdimensionl proportionierter *Astronaut* (Abb. 2, links) hielt Einzug in die *Street Art Berlin*-App. Wählt man diesen auf dem Smartphone an, so öffnet sich (wie bei den anderen eingelesenen und markierten Werken auch) unterhalb des digitalen, upgeloadeten Street Art-(Ab)Bilds eine spezifisch auf das Werk zugeschnittene Zusatzinformation. Im Falle von Victor Ashs Astronauten erfährt der App-User zum Beispiel, dass jenes Mural im Rahmen des Street Art-Festivals *Backjumps*[13] im Jahr 2007 entstanden ist.[14]

10 www.roaweb.tumblr.com, 08.04.2013.

11 www.blublu.org, 08.04.2013.

12 www.victorash.net, 08.04.2013.

13 Vgl. dazu artnews.org/kunstraumkreuzberg/?exi=5665, 08.04.2013.

14 Mit der Information »Attention, the complete version apperas just at night ;)« tut sich der unwissentliche User jedoch schwer. Bei einer von Alternative Berlin geführten Street Art-Tour (www.alternativeberlin.com, 08.04.2013) habe ich im Rahmen meiner Feldforschung jedoch erfahren, dass die Scheinwerferspots des gegenüber liegenden Autohauses zufällig in einem

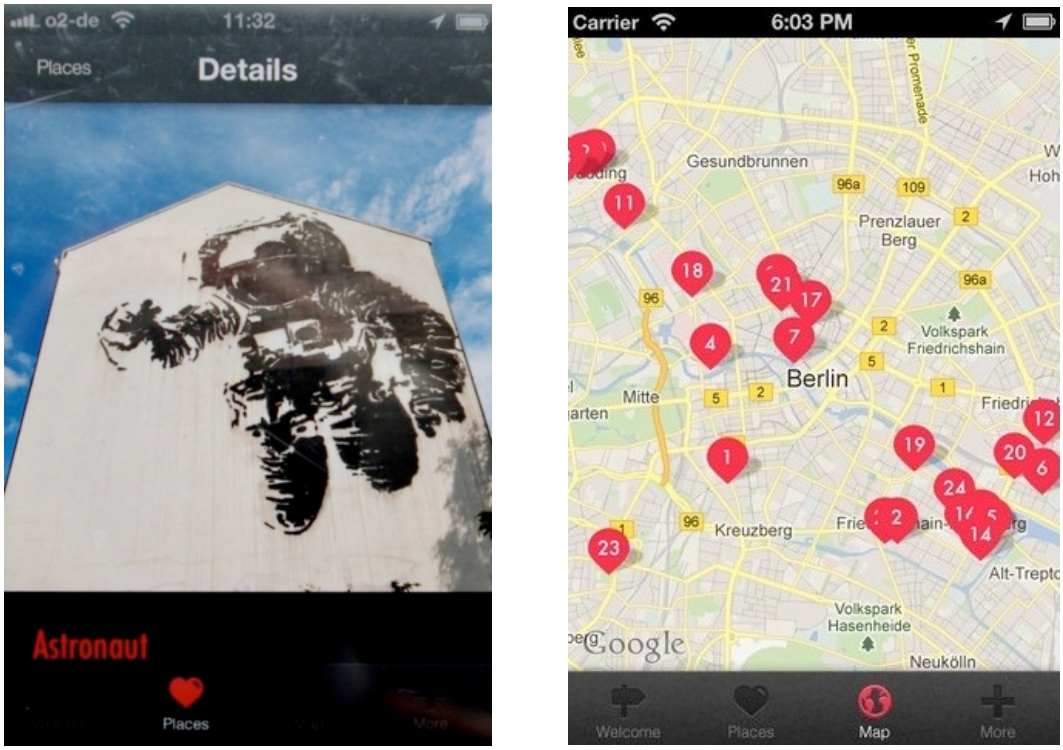

Abb. 2: Screentshots des Murals Astronaut *von Victor Ash und der* Street Art Berlin-*App* Map.

Neben dem Link zur Künstler-Website www.victorash.net erhält der User die Ortsangabe des Werks. Diese erscheint in Form einer postalischen Adresse; *hier*: »Mariannenstraße, 10997, Berlin«. Klickt man auf diese Angabe, leitet die App einen direkt zum gleichnamigen Mapping Service weiter. Es folgt eine geomediale Lokalisierung auf dem als Interface operierenden Smartphone-Display. Entgegen der in der Diskussion zu mobilen Endgeräten oftmals behaupteten ›placelessness‹ wird hier gerade der lokale Ortsbezug verstärkt.[15] So verliert der App-User gerade nicht seinen ›kartografischen Boden unter den Füßen‹, sondern es entsteht – mit Hilfe eines Sets geomedialer Koordinaten – eine konkrete Verbindung und gleichzeitige Nähe realräumlichen Spots und Örtlichkeiten. Durch die digitale Überlagerung mit ortsspezifischer Information werden jene Spots letztlich zu neuen, teils dynamischen,[16] Orten transferiert. Adriana de Souza e Silva und Colin Frith gehen in *Mobile Interfaces in Public Spaces* sogar noch einen Schritt weiter und sprechen jenen überlagerten Orten den Status von »Datenbanken« zu: »[…] because with location-aware mobile interfaces and the ability to attach information to locations, urban spaces are now transformed into databases«.[17] Lev Manovich spricht in diesem Kontext von »Datenräumen«.[18]

---

derartigen Abstand und Winkel angebracht sind, dass nachts in die Hand des Astronauten das Abbild einer Fahne projiziert wird.

15 Vgl. dazu De Souza e Silva/Frith: Mobile Interfaces in Public Spaces.

16 Sofern editierbar.

17 De Souza e Silva/Frith: Mobile Interfaces in Public Spaces, S. 177.

18 Vgl. dazu Manovich: »Die Poetik des erweiterten Raumes«, S. 341. Manovichs Ausführungen zum »erweiterten Raum« beziehen sich dabei vor allen Dingen auf städtische

Eine vermeintlich einfachere Lokalisierung der Werke eröffnet sich jedoch durch das Anwählen der Kategorie zwei: »Map«. Wählt der User diese Kategorie, so öffnet sich ihm auf dem Smartphone-Display die in die App eingebundene, digitale Stadtkarte Berlins (Abb. 2, rechts). Auf jener Karte sind alle in die App eingelesenen und von 1 bis 25 nummerierten Street Art-Werke markiert; rote, Google-Maps-ähnliche Pins fungieren als Marker. Auf dem Smartphone-Display kann nun eine händische Navigation vorgenommen werden; einzelne Spots können herangezoomt und digital angewählt werden. Der große Vorteil jener App scheint hierbei vor allem die zeitgleiche Lokalisierung und Situierung mehrerer Werke auf einmal zu sein: Dem User wird nicht nur die konkrete Positionierung der einzelnen Werke im Stadtraum ersichtlich, sondern gleichzeitig lassen sich auch Entfernungen (der einzelnen Werke zueinander, aber auch bezogen auf den eigenen Standpunkt) besser abschätzen. Letztlich lassen sich so ganze Street Art-Touren konzipieren, die eine möglichst effiziente Route versprechen. Denn schließlich ist die App nicht nur darauf ausgelegt, die Kunst als digitales (Ab)Bild zum Betrachter kommen zu lassen, sondern zielt vielmehr darauf ab, auch den Betrachter bzw. User zur Kunst zu führen. Portabilität und Mobilität präsentieren sich hierbei als ausschlaggebende Charakteristika des Smartphone-Devices, welche die funktionale Kopplung von Offline- und Onlinenavigation bedingen. In diesem hybriden Zusammenspiel wird dabei von Seiten der App, durch digitale Einspeisung und Markierung konkreter Pieces und Spots sowie der ›Zurichtung‹ konkreter Wegstrecken, ein direkter Einfluss auf die realräumliche Navigation des Users genommen. Jene, von Hersteller- und Produzentenseite voraussichtlich anvisierten Optimierungsbestrebungen einer Street Art-Lokalisierung haben jedoch auch ihre defizitären Seiten. Denn: Das urbane Flanieren, Sich-Treiben-Lassen und zufällige Entdecken von Street Art am Wegesrand, was ja gerade einen ihrer Reize ausmacht, geht anscheinend verloren. Vielmehr werden konkrete Pieces und Spots zielstrebig und direkt angesteuert; Routen scheinen medial vorgefertigt, überformt und zugerichtet. Ein Street Art-Spaziergang unter Laborbedingungen? In gewissem Sinne *ja*.

Apps operieren hierbei jedoch nicht nur in Form eines koordinierenden Interfaces, vielmehr prägen sie das Verhältnis zwischen User und dessen Umwelt maßgeblich mit: »[They] shape, are shaped and mediate our experience of urban space«,[19] so auch Paul Dourish, im Rahmen der *IFIP Conference Human-Computer Interaction* im Jahr 2007. Eine realräumliche Navigation im Stadtraum, unter gleichzeitigem Einsatz jener Mapping-Applications, erweist sich für den User hier-

Räume (wie Einkaufszentren, Unterhaltungsgegenden, Messehallen etc.), die von dynamischer, vielfältiger Multimedia-Informationen drahtlos überlagert werden. Dabei fragt er, wie jene überlagerten Schichten (Realschicht und digitale Informationsschicht) unsere Erfahrungen verändern und welchen Stellenwert den jeweiligen *Layern* zugesprochen werden kann: Operieren sie gleichberechtigt, kommt es zur gegenseitigen Subsumption oder letztlich gar zu einem neuen, multidimensionalen Raumerlebnis mit neuer Qualität, vgl. dazu ebd.

19 De Souza e Silva/Frith: Mobile Interfaces in Public Spaces, S. 101.

bei also letztlich immer als hybride Präsenzerfahrung, als permanenter ›Trans(it)‹. Denn: Analoge und digitale Navigation überschneiden und überlagern sich. Der Realraum erscheint digital gelayert. Wählt der User innerhalb der *Street Art Berlin*-»Map« einen digitalen Spot an, so erhält er die Möglichkeit konkrete Zusatzinformationen (welche über »Places« hinterlegt sind) abzurufen: »As a result, finding a location no longer means only finding its geographic coordinates, but also accessing an abundance of digital information that now belongs to that location«.[20] Die Spots und Pieces sind also mit ortsspezifischen Informationen überlagert.

Diese Option kann jederzeit und überall in Anspruch genommen werden, im Idealfall natürlich, wenn der User direkt vor dem konkreten Werk selbst steht. In dem Fall überlagern die von der App bereitgestellten, digitalen Zusatzinformationen den physikalischen Realraum also nicht nur mit digitalem Content, sondern sie führen zu einer gänzlich neuen Stadt- und Street Art-Erfahrung. Denn: Sie werden ›erweiterter‹ Teil des Pieces (und Ortes). Für den User entstehen hierbei letztlich gänzlich neue, teilweise emotional besetzte, personalisierte Orte,[21] die nicht nur lokative Gesichtspunkte hervorheben, sondern einzelne Werke – auch an ästhetischer – Relevanz gewinnen lassen. Street Art-Apps richten konkrete Spots und Orte zu.

So zum Beispiel auch im Falle des in die *Street Art Berlin*-App eingespeisten, in Kreuzberg, nahe der Spree zu lokalisierenden Murals des Italieners Blu, das den Namen *Brothers* trägt (Abb. 2): Hierbei ist, neben Zusatzinformationen zum Künstler und Werkkontext, zudem ein *Youtube*-Video in die App eingebettet, das den aufwändigen und mehrtägigen Entstehungsprozess des mindestens zehn mal zehn Meter großen Wandgemäldes dokumentiert. Der physikalische Realraum wird also nicht nur von textuellen Zusatzinformation überlagert, sondern zudem spielt auch die ›Erweiterung‹ um grafischen und akustischen Content eine Rolle. Jene ›Erweiterung‹ trifft dabei genau das, was mit sogenannter Augmented Reality (AR) gemeint ist – einer Technologie, welche derzeit zunehmend auch bei Smartphone-App(lication)s zum Einsatz kommt. So auch bei Street Art-Apps.

DIGITALES LAYERING, ODER AUCH: *(ARTISTIC) AUGMENTED SPACE*[22]

»Augmented Reality (AR) is a technology which allows computer generated virtual imagery to exactly overlay physical objects in real time«,[23] so die gängige Definition. Spezifische Smartphone-Apps geben der Augmented Reality hierbei jedoch noch eine zusätzliche Richtung: Mobilität sowie der Zugriff auf standortbezogene, navigatorische Dienste. Apps tragen die Augmented Reality also in gewissem Sinne nach draußen und machen sie mobil. Im Falle konkreter Street Art-Apps

20 Ebd., S. 9.

21 Vgl. Ebd., S. 7, 168.

22 Vgl. dazu Manovich: »The Poetics of Augmented Space«.

23 www.argency.eu/mar/index.php?option=com_content&view=article&id=93&Itemid=154, 16.06.2013.

kommt jedoch noch ein zusätzlicher Faktor ins Spiel: die Ästhetisierung des Stadtraums. Augmented Reality-Street Art-Apps führen – durch ihre digitale Überlagerung konkreter Pieces und Spots mit ortsspezifischem, situiertem Content – zu einer ästhetisierenden Wahrnehmung der Stadt (und ihrer Kunst).[24] Oftmals steht bei jenen Apps, neben rein informativer ›Erweiterung‹, zudem auch der spielerisch-performative Charakter im Vordergrund. Im Falle von *Street Tag*[25] oder *i-Banksy*[26] wird beispielsweise das Smartphone zur Sprühdose umfunktioniert, wodurch letztlich realräumliche Architektursituationen beliebig – da auf einem digitalen Layer – besprayt und getagged werden können.

Hinsichtlich jener Entwicklungen ist anzumerken, dass sich nicht nur neue Medien der Street Art bedienen und deren Praktiken und Ästhetiken (über)formen; sondern vielmehr nimmt sich mittlerweile auch ganz explizit die Street Art selbst jener neuen Medientechnologien an, wodurch gänzlich neue Synergieeffekte entstehen: Einige Künstler arbeiten mit QR-Codes, wie etwa der Berliner Artist *SWEZA*[27], der mittels verlinkter QR-Code-Stencils die Spots verschwundener Street Art-Pieces markiert und wieder aufleben lässt; »Graffyard«[28] bzw. »Friedhof der Graffiti« nennt er sein Projekt. In ähnlicher Manier entstand so in Belgrad das erste (?) interaktive Schablonenbild[29]. Scannt man dieses (bzw. den darin integrierten Code) mit dem Smartphone ab, so erhält man zusätzlichen Inhalt, der dem normalen Betrachter verborgen bleibt: Das realräumliche Stencil ist gelayert, in diesem Fall mit einem Videoclip[30], der seine eigene Entstehung zeigt: »These digital interventions will be added and changed over time in order to reflect the ephemeral nature of street art«,[31] so die Künstler *Marc Todorovic* und *AiR*. Andere wiederum, wie das *Graffiti Research Lab Germany*[32], machen sich neue Medientechnologien auf andere Weise (künstlerisch) zu Nutze: Mit ihrem selbstgebautem *Light Rider*[33], einem umgebauten Lastendreirad mit mobiler, audio-visueller Projektionsvorrichtung, ziehen sie nachts los und bemalen, unter Zuhilfenahme eines speziellen Laserpointers, die Berliner Wände und Häuserfassaden – auf ihre Façon: ›virtuell‹, und ohne ›Sachbeschädigung‹.

Abschließend noch einmal auf den Punkt gebracht: Augmented Reality-Street Art-Apps für das Smartphone, wie beispielsweise die *Street Art Berlin*-App, können bei einer Street Art-Tour durchaus nützlich sein. Vor allem dann, wenn sie

24 Vgl. dazu Schröter/Glaser: »›Tag that wall‹«.

25 www.itunes.apple.com/us/app/street-art-berlin/id566611117?mt=8#, 01.01.2013.

26 Der Artikel ist zurzeit im deutschen iTunes-Store nicht mehr verfügbar (08.04.2013).

27 www.sweza.com, 08.04.2013.

28 www.sweza.com/graffyard, 08.04.2013.

29 Vgl. www.streetartlove.rs/belgrade, 08.04.2013.

30 www.vimeo.com/25077367, 01.01.2013.

31 www.streetartlove.rs/belgrade, 08.04.2013.

32 www.graffitiresearchlab.de/de, 08.04.2013.

33 www.graffitiresearchlab.de/de/light-rider, 08.04.2013.

die Stadt nicht nur auf Street Art-Pieces scannen und mögliche navigatorische Wegbeschreibungen für einen realräumlichen Besuch liefern, sondern den physikalischen Raum zusätzlich mit ›erweiternden‹ Informationen überlagern. Mittels jener Apps können, durch spezifische Verlinkungen, konkrete Zusatzinformationen zu den Artists abgerufen werden, und zwar vor Ort, in (vermeintlicher) Echtzeit. Die Street Art tritt also in ein komplexes Netzwerk heterogener Akteure ein: Menschen, Devices, Räume und Technologien sind über mobile Schnittstellen miteinander verbunden und operieren als Praktiken kultureller Produktion und sozialer Interaktion in einem Wechselverhältnis.[34] Apps offerieren die Möglichkeit gänzlich neue, dynamische und personalisierte Orte zu kreieren. Wobei die User dabei, durch Praktiken medialer Teilhabe und Partizipation, eigens an der Generierung ›neuer‹ Spots und Bedeutungen mitwirken: Sie können Aufmerksamkeiten lenken, Örtlichkeiten und Werke akzentuieren und personalisieren sowie die Wahrnehmung für ästhetische Interventionen schärfen. »[…] Individuals can re-read and re-write urban spaces«.[35] Doch genau diese Möglichkeit fällt im Falle der *Street Art Berlin*-App noch recht spärlich aus. Denn weder können neue Pieces und Spots in die App hinzugefügt noch spezifische Informationen aktualisiert, editiert oder ggf. gelöscht werden. Zudem weist die App mit gerade einmal 25 eingelesenen Werken einen recht kleinen ›Bilderpool‹ auf – gerade für eine Stadt wie Berlin, in der die grellbunten Pieces und Tags, von Gesetzesauflagen scheinbar unbeeindruckt, an jeder Ecke zu lauern scheinen.

Folglich stellt die *Street Art Berlin*-App die ihr inhärenten Street Art-Werke in Folge ihrer Einspeisung in gewissem Sinn unter Laborbedingungen. So werden die einzelnen Pieces im Zuge ihrer ›(Ab)Wanderschaf‹ in digitale Isolation versetzt, ihrer Eigendynamik enthoben und letztlich hinter eine distanzschaffende Verglasung positioniert: das Smartphone-Display. Durch die Brille bzw. das Display des ›nüchternen‹ Forschers betrachtet, verdichten sich die einzelnen Werke so zu geografischen Koordinaten, die unter Zuhilfenahme von Location-based Services gezielt angesteuert werden können, ohne sich vom eigenen Entdeckerdrang leiten lassen zu müssen. Pieces werden zu einem Bündel digitaler Farbpixel aufgelöst, dekontextualisiert von räumlichen Architektursituationen und losgelöst von jeglicher Materialbeschaffenheit. Der eigentliche Reiz der Street Art, ihre Eigendynamik, Schnelllebigkeit und Dialogizität scheint somit in gewissem Sinn eingefroren, starr, verfertigt und letztlich: laboratorisiert.

Street Art-Apps scheinen hierbei in gewissem Sinn an die Tradition der Musealisierung von urbaner Kunst anzuschließen.[36] Das Museum, als vermeintlicher Ort des Labors und versammelten Wissens, präsentiert sich dabei als Sammel- und Schnittstelle diverser pikturaler Erscheinungsformen und Kunstwerke. Durch

34 Vgl. dazu auch Farman: Mobile Interface Theory, S. 120: »[…] the mobile interface is … a practice and not a set of predetermined fixtures.«

35 De Souza e Silva/Frith: Mobile Interfaces in Public Spaces, S. 173.

36 Vgl dazu u.a. Kwon: One Place after Another; Suderberg: Space, Site, Intervention.

schöpferische Kombination und spezifische Assemblierungspraktiken werden hierbei einerseits neue Schaltstellen und Re-Kontextualisierungen zwischen den Werken geschaffen, andererseits findet aber auch eine Loslösung vom originären Kontext statt. Spätestens André Malrauxs »imaginäres Museum«[37] zeigte, dass – im Zuge fotografischer Archivierungsmöglichkeiten – nunmehr auch an (unverrückbare) Architektur gebundene Kunstwerke in museale Präsentations-, Ordnungs- und (An)Sammlungspraktiken einbezogen werden konnten. Neben zuvor angesprochenen Synergieeffekten gehen damit jedoch auch gewisse Domestizierungs-, Institutionalisierungs- und Kanonisierungsbestrebungen einher, die an bestimmte Zugangsschwellen gebunden sind. Das Interessante, im Falle der Street Art-Apps, scheint hierbei vor allem die Tatsache, dass ein Übertreten jener Zugangsschwellen (die den Upload konkreter Werke ins mobile Interface nach sich zieht) zumeist alleinig von Seiten der App-Produzenten vorgenommen werden kann. Diese Form der ›Kanonisierung‹ zeigt sich somit als *per se* (›Szene‹[38]) externe Praktik, die auf den weitreichenderen, allgemeinen Komplex der ›platform politics‹ anspielt. Dazu kommt, dass Street Art-Künstler heutzutage oftmals (noch) nicht über die Existenz eben jener Street Art-Apps Bescheid wissen bzw., wenn doch, es nicht unbedingt immer für erstrebenswert halten, konstitutiver Teil solcher Applications zu sein. Dies liegt daran, dass durch jene zuvor angesprochene selektive Akzentuierung einzelner Street Art-Werke und deren medial zugerichtete, vorgefertigte Präsentationsmuster a) die Lesevielfalt der User eingeschränkt wird und b) ein urbanes Flanieren und zufälliges Entdecken von Street Art im Stadtraum vielerorts wegfällt.[39] Das als vermeintlich unkontaminiert konnotierte ›Labor‹ trifft hierbei also auf Widerständigkeiten.[40] Doch dies stellt nur eine ganz spezifische, punktuelle Sichtweise auf Augmented Reality-Apps im Kontext der Street Art dar, perspektiviert durch das hier im Rahmen des Artikels herangezogene Fallbeispiel der *Street Art Berlin*-App. Wie deutlich wurde, liegt dabei ihr vermeintliches Defizit vor allem in einer recht starren, medial zugerichteten Bedienbarkeit, die dem User jegliche Art medialer Teilhabe untersagt und die Street Art folglich unter laboratorisch anmutende Rezep-

37 Vgl. dazu Malraux: Das imaginäre Museum sowie Schröter: »Maßverhältnisse der Medienästhetik«.

38 Vgl. Anmerkung 8.

39 Hinzu kommt die Tatsache, dass – im Zuge der derzeitigen Wertsteigerung bestimmter Street Art-Werke – konkrete Spots direkt aufgesucht und v.a. die dort befindlichen Paste-Ups, mit dem Ziel eines Verkaufs über Onlineplattformen wie *Ebay*, direkt entfernt (und geklaut) werden können. Im Falle der, bei der *Street Art Berlin*-App v.a. akzentuierten, großflächigen Murals ist dies natürlich nicht der Fall.

40 Wobei von vorneherein nicht von den beiden (vermeintlichen) Oppositionspaaren ›Labor‹ (= unkontaminiert) und ›Feld‹ (= kontaminiert, da medial zugerichtet) ausgegangen werden kann, schließlich präsentiert sich auch bereits der Stadtraum, durch diverse Reglementierungen und vorstrukturierende Ordnungen (*Frage: Wer darf hier überhaupt malen? Und wer nicht?*), als ver- bzw. überformtes und letztlich zugerichtetes Raumkonstrukt.

tionsbedingungen versetzt.[41] Dennoch ist trotz aller medialen ›Zugerichtetheit‹ eine mobile, realräumliche Navigation und Lokalisierung von Street Art-Werken im urbanen Stadtraum erwünscht. Von einer Absage gegenüber dem ›Feld‹ kann also auch nicht die Rede sein. Ein erstrebenswerter und zukünftig ›richtungsweisender‹ Einsatz und Gebrauch von Augmented Reality Street Art-Apps führt demnach geradewegs in die ›Passage‹: In dieser wird unbefangenes Flanieren im urbanen Stadtraum mit dem gelegentlichen Abrufen von zusätzlichem, digital überlagertem und ›augmentierendem‹ Content vor Ort und *in situ* gekoppelt. Das Potenzial, das jene App(lication)s offerieren, fußt hierbei gerade nicht in der gegenseitigen Subsumption der oppositionär angelegten Layer, sondern vielmehr in der sich gegenseitig anerkennenden Differenz.

LITERATURVERZEICHNIS

Blanché, Ulrich: Something to s(pr)ay. Der Street Artivist Banksy. Eine kunstwissenschaftliche Untersuchung, Marburg 2010.

De Souza e Silva, Adriana/Frith, Jordan: Mobile Interfaces in Public Spaces. Locational Privacy, Control, and Urban Sociability, New York u.a. 2012.

Farman, Jason: Mobile Interface Theory. Embodied Space and Locative Media, New York 2012.

Klitzke, Katrin/Schmidt, Christian (Hrsg.): Street Art. Legenden zur Straße, Berlin 2009.

Kwon, Miwon: One Place after Another. Site-Specific Art and Locational Identity, Cambridge, MA u.a. 2004.

Malraux, André: Das imaginäre Museum, Genf 1947.

Manovich, Lev: »The Poetics of Augmented Space«, in: Visual Communication, 5, 2, 2006, S. 219-240.

Manovich, Lev: »Die Poetik des erweiterten Raumes«, in: Lammert, Angelika u.a. (Hrsg.): Topos Raum. Die Aktualität des Raumes in den Künsten der Gegenwart. Berlin 2005, S. 337-349.

Metze-Prou, Sybille/Van Treek, Bernhard: Pochoir. Die Kunst des Schablonen-Graffiti, Berlin 2000.

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

41 Andere Street Art-Apps, wie beispielsweise *All City*, zeigen sich hierbei bereits deutlich partizipativer: Street Art-Fotos können per Smartphone(-Kamera) gemacht, upgeloadet und in direktem Anschluss in die App eingespeist werden; gleichzeitig können zugehörige Informationen jederzeit editiert, aktualisiert und auch wieder gelöscht werden. Ebenfalls ist ein Teilen über *Facebook* und *Twitter* möglich; vgl. dazu www.itunes. apple.com/us/app/all-city-art/id359211420?mt=8, 10.04.2013.

Schröter, Jens/Glaser, Katja: »›Tag that wall‹: Augmented Reality-Apps am Beispiel der Street Art«, erscheint in: Sprache und Literatur, 1, 2013.

Schröter, Jens: »Maßverhältnisse der Medienästhetik«, in: Köster, Ingo/Schubert, Kai (Hrsg.): Medien in Raum und Zeit, Bielefeld 2009, S. 63-84.

Suderberg, Erika (Hrsg.): Space, Site, Intervention. Situating Installation Art. Minneapolis u.a. 2000.