

„Ich finde das eine gute Lösung. Einerseits werden den Künstlern Flächen angeboten, und andererseits können Instandhaltungskosten reduziert werden. Gleichzeitig werden die gestalteten Gebäude für die Allgemeinheit schöner gemacht.“

Interviewpartner aus der öffentlichen
Verwaltung, Deutschland

„Mit Verboten verliert man die Künstler und man bekommt schnell Graffiti und Tags.“

Interviewpartner aus dem
Unternehmensbereich, Spanien

„Man kann von den Behörden nicht erwarten, dass es weniger bestraft wird. Das geht einfach nicht, und meiner Meinung nach kann man das auch nicht verlangen.“

Interviewpartner (Graffiti-Writer),
Deutschland

„Wir wissen, dass wir mit dieser Null-Toleranz-Strategie nicht weitermachen können. [...] Also haben wir versucht, zu einigen Graffiti-Teams Kontakt aufzunehmen und sie darauf aufmerksam zu machen, wo und wie sie malen könnten ...“

Interviewpartner aus der öffentlichen
Verwaltung, Spanien



GRAFFOLUTION

Understand . Collaborate . Improve

GRUNDSATZPAPIER

für politische und allgemeine Entscheidungsträger bei Behörden
und Raumverwaltungen sowie im Bereich der öffentlichen Verkehrsmittel

Innovative und kontext-spezifische Strategien im Umgang mit Graffiti, Graffiti-Vandalismus und Streetart sind sehr wichtig. Nicht zuletzt deshalb, weil sie dazu beitragen können, die Ressourcen effizienter zu verteilen. Aber auch deshalb, weil klug durchdachte Ansätze dabei helfen herauszufinden, wer gut bedient ist und wer nicht, und dabei unterstützen können, Maßnahmen zu Gunsten mehrerer Interessensgruppen zu erreichen, zum Beispiel im Bereich Kultur, soziale Unternehmen/Handel und öffentliche Sicherheit.

Das Ziel dieses Dokuments besteht in der Einführung in die Forschungsarbeit, die Ressourcen und die Empfehlungen, die im Rahmen des Europäischen Graffolution-Projektes aufgetaucht sind. Es geht speziell um jene, die mit der Strategie- und Maßnahmengestaltung bei regionalen und lokalen Behörden, politischen Entscheidungsträgern, Transportunternehmen und Raumverwaltung in Zusammenhang stehen.

Was ist Graffolution?

Der Versuch, das Problem Graffiti-Vandalismus in den Griff zu bekommen, kostet den europäischen Stadtverwaltungen, öffentlichen Verkehrsunternehmen und Strafverfolgungsbehörden Unmengen an Geld. Der Zugang dieses von der EU geförderten Projekts bestand daher darin, jene Probleme, die durch Graffiti-Vandalismus im öffentlichen Raum bzw. im Bereich der öffentlichen Verkehrsmittel hervorgerufen werden, zu reduzieren. Der Fokus dieses Projekts liegt auf Bewusstseinsbildung und positiven Lösungen für alle betroffenen und involvierten Interessensgruppen.

Partner aus dem öffentlichen und privaten Sektor aus fünf europäischen Ländern bilden unser Konsortium: Sine-Institut (Deutschland), UIC (Frankreich), SYNYO (Österreich), Universitat de Barcelona, Eticas Research & Consulting, Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (Spanien), University of the Arts London and London Borough of Islington (Vereinigtes Königreich).

Im Rahmen dieses zweijährigen Projekts haben wir mehr als 300 Literaturquellen zum Thema Graffiti studiert, 85 Interviews mit unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen durchgeführt – u. a. auch mit Graffiti-Writern und Künstlern, Gemeindeverwaltungen, Angestellten bei der Polizei oder Strafverfolgungsbehörden, Transportunternehmen, Firmen, Sozialarbeitern,

kulturellen und zivilgesellschaftlichen Gruppen in Deutschland, Österreich, Spanien und im Vereinigten Königreich. Es wurden 100 Strategien und Reaktionen auf Graffiti analysiert, um die Bandbreite an Meinungen und Ansätzen zu erfassen, die es im Bereich des Phänomens Graffiti gibt. Auf Basis unserer Erkenntnisse wurde eine Plattform entwickelt, die darauf abzielt, die unterschiedlichen Interessensgruppen miteinander zu vernetzen und den Status einer zuverlässigen Informationsquelle und eines praktischen Tools zu erreichen, das die Zusammenarbeit aller Beteiligten ermöglicht.

Anmerkung: Aufgrund der umfassenden Recherchen, die im Zuge des Projekts durchgeführt wurden, sehen wir in diesem Papier ganz bewusst davon ab, die beiden Termini Graffiti und Streetart streng voneinander abzugrenzen. Graffiti und Streetart können sich zwar in einigen Fällen sehr voneinander unterscheiden, in vielen Fällen sind sie jedoch beide ein Teil auf einer linearen Achse, die sich aus Malen, Taggen und anderen kreativen Praktiken in Städten zusammensetzt – sowohl legalen als auch illegalen, bezahlten und unbezahlten. Unserer Meinung nach ist es sinnvoller, eine völlig vorurteilsfreie Haltung einzunehmen und weder für noch gegen diese Praktiken Position zu beziehen, damit den diversen involvierten und betroffenen Gruppen am besten Rechnung getragen werden kann.

Empfehlungen für politische und allgemeine Entscheidungsträger

Im Rahmen unserer Recherchen haben sich zwei besonders wichtige Auswirkungen herauskristallisiert, auf denen die folgenden Empfehlungen basieren:

1. Die Bedeutung von effizienter und multilateraler Kommunikation zur Bewusstseinsbildung und Prävention

- Ein umfassender und kooperativer Ansatz ist sehr wichtig, wenn es sich um ein Thema handelt, das so viele unterschiedliche Interessensgruppen betrifft.
- Vor jeder Intervention sollte eine mehrdimensionale Bewertung der möglichen Auswirkungen stattfinden, und auch die umgebenden Bereiche sollten in die Recherchen einbezogen werden. Graffiti kann auf vielen unterschiedlichen Ebenen positive und negative Auswirkungen haben. Denken Sie nur z. B. an soziale Inklusion, rechtliche Folgen, Förderung von Kunst und Kultur, Sachschäden, wirtschaftliche Auswirkungen, die freie Meinungsäußerung ...
- Glaubwürdigkeit ist äußerst wichtig, wenn man Probleme lösen möchte, bei denen das Vertrauen eine Rolle spielt. Überzogene Bestrafungen, Null-Toleranz-Strategien oder das Stellen von Fallen um Graffiti-Writer zu schnappen und ihnen die rechtlichen Konsequenzen für ihr Handeln aufzuerlegen kann zu lang anhaltenden, kontraproduktiven Folgen führen.
- Legale Alternativen wie zum Beispiel freie Wände und künstlerische Initiativen in öffentlichen Räumen, einfachere Prozesse/ Werkzeuge oder Regeln zum Einholen/ Bewilligung von Sprayerlaubnissen usw. sollten zur Verfügung stehen, gefördert und verbreitet werden.
- Es ist möglicherweise viel effektiver, sich auf die Kommunikation in den wichtigsten Kanälen und an den wichtigsten Stellen zu konzentrieren und die Aktivitätsphasen zu

verstärken. Präventionskampagnen sind wahrscheinlich wirkungsvoller, wenn sie während der Ferienzeiten umgesetzt werden und in den Social Media-Kanälen sowie den wichtigen Kontaktpunkten (Geschäfte, in denen Graffiti-Material erworben werden kann, Verkehrsmittel, etc.) stattfinden.

- Wichtig ist die Unterstützung eines lokalen Mediators. Andere kulturelle, pädagogische und soziale Einrichtungen sind für ein verstärktes gegenseitiges Verständnis von Bedeutung.
- Es handelt sich um ein globales Phänomen. Daher ist es wichtig, am Ball zu bleiben und globale Trends bzw. sich über die Reaktionen in anderen Städten zu informieren.
- Auch die Beteiligung der zivilen Bevölkerung sollte im Zuge der Debatte gefördert werden. Immerhin geht es um die Gestaltung des öffentlichen Raums. Citizen participation should be actively promoted in the debate, as it concerns the shaping of public space.

2. Die Bedeutung der Daten und von Feedback zur Ausarbeitung und Bewertung von Strategien: Sammlung, Analyse und Austausch

- Im Zuge der Recherchen wurde deutlich, dass die Reaktionsstrategien überdacht werden müssen und besonders solche Antworten gefunden werden müssen, die kontextadäquat sind und die Motivation hinter dem Graffitimalen berücksichtigen.
- Die Daten über Graffiti sollten von anderen Kategorien abgegrenzt werden können (z. B. Vandalismus und Zwischenfälle von unsozialem Verhalten), damit die Situation besser verstanden und bewertet werden kann.
- Kategorisierungen via Crowdsourcing

- oder „Wiki“-ähnliche Portale sowie Datenorganisationsmodelle können sehr hilfreich sein. Sie ermöglichen es den diversen Fachleuten, Spezialisten und allen, die Graffiti-relevante Themen verwalten auf einer gemeinsamen und aktuellen Plattform, die sich stets weiterentwickelt, Informationen oder Kategorisierungen hochzuladen, zu korrigieren, an bestehenden Daten zu feilen oder sie zu aktualisieren.
- Datensammlung über die positiven Auswirkungen von Graffiti wie beispielsweise die Stärkung des sozialen Zusammenhalts, die Bildung eines Gemeinschaftssinns oder auch Anregung für Tourismus kann dazu beitragen, die Situation sowie die Positionen der unterschiedlichen Interessensgruppen besser zu verstehen. Es muss eine Kultur entstehen, in der Indikatoren für gemeinsamen „prosozialen“ Erfolg entwickelt werden.
- Die Unterschiede der diversen Ausgestaltungen (Tags, Ganggraffiti, Murals etc.) müssen erkannt und berücksichtigt werden, damit das Gefühl von Sicherheit bzw. Unsicherheit (abhängig von den individuellen Interpretationen, vom Kontext und von der Art der Graffiti) bewertet werden kann. Gesellschaftsgruppen, die sich negativ oder positiv durch Graffiti beeinflusst sehen, muss in diesem Zusammenhang auch eine Stimme verliehen werden.
- Politische und rechtliche Entscheidungsträger müssen über sämtliche Perspektiven informiert werden (um Graffiti-bezogene Reaktionen im Sinne mehrerer Interessensgruppen auszuarbeiten).
- Damit die Auswirkungen sowie die einzelnen Strategien besser bewertet werden können, sollten sämtliche Änderungen, die im Zuge einer Intervention stattgefunden haben, aufgezeichnet werden. Die Sammlung von Daten (für rechtliche Belange und unter Berücksichtigung der Transparenz und der Nachvollziehbarkeit) sollte in keiner der Phasen unterbrochen werden. Der Beginn sollte bei der Definition der Interessensgruppen und der Datensammlung über die Ausgangssituation liegen.
- Eine Zusammenarbeit der Verantwortungsträger im Sinne von Informations- und Datenaustausch zwischen den unterschiedlichen Abteilungen (innerhalb und zwischen Städten) würde zu einer gesteigerten Effizienz, einer schnelleren Ansammlung von Wissen, mehr Anpassungsfähigkeit und einer besseren Vorbereitung führen. Politische Maßnahmen beispielsweise, die Gesetzesüberwachung mit Kunst und Kultur in Zusammenhang bringen, können eine Effizienzsteigerung sowie eine Maximierung der verfügbaren Möglichkeiten bewirken.

Was ist die Graffolution-Plattform, und wie kann sie Ihnen vielleicht behilflich sein?

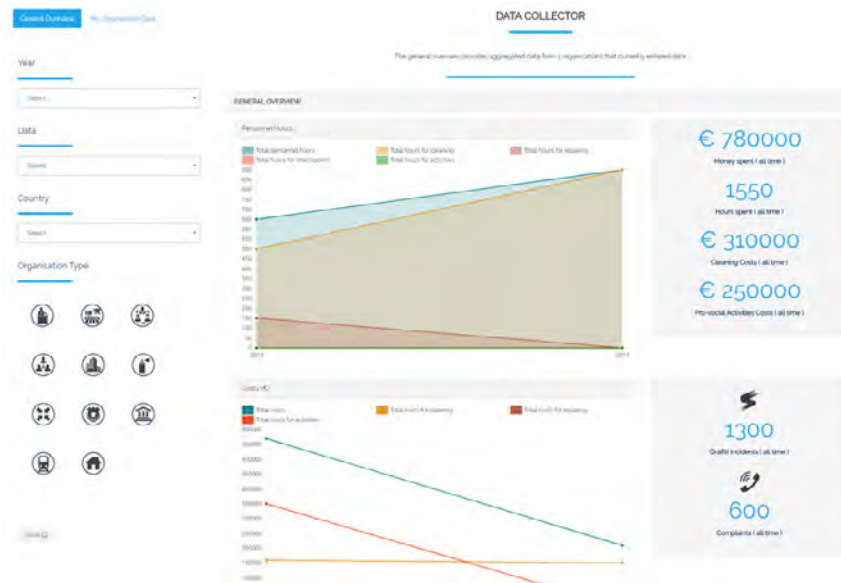
Die Graffolution-Plattform ist ein kostenfreies, EU-fokussiertes Tool für alle, die sich über Graffiti Gedanken machen, mit diesem Thema ringen oder selbst Graffiti und Streetart betreiben.

Sie entstand in Zusammenarbeit mit Vertretern aus einer breiten Auswahl an Interessensgruppen – kulturelle und zivilgesellschaftliche Organisationen, öffentliche Verwaltung und Graffiti-Writer eingeschlossen. Die Inhalte und die Struktur der Plattform sind das Ergebnis einer Kombination aus den Erfahrungen, Sichtweisen, Vorschlägen und Feedback dieser verschiedenen Gruppen (gesammelt im Zuge der Interviews und E-Mail-Verkehr) und den Ergebnissen der Recherchen sowie des Fachwissens der Projektpartner.

Folgende Punkte interessieren Sie vielleicht:

- **TEILEN UND VERGLEICHEN SIE DIE ERKENNTNISSE UND STATISTIKEN IHRES UNTERNEHMENSUNDTRAGEN SIE SELBST ZU EINER STÄRKEREN BEWUSSTSEINSBILDUNG BEI – DATEN ZÄHLEN!**

Über die Evaluierung der Maßnahmen und den städteübergreifenden Vergleich hinaus können Daten auch dafür nützlich sein, bei den Bewohnern für ein stärkeres Bewusstsein zu sorgen, speziell in den Reihen junger Menschen – zum Beispiel, indem klare und aussagekräftige Messages darüber kommuniziert werden, wie hoch die Reinigungskosten sind, welche die Gesellschaft bei illegalem Graffiti zu tragen hat.




- **ERKUNDIGEN SIE SICH ÜBER ERFOLGREICHE INITIATIVEN IN ANDEREN EUROPÄISCHEN STÄDTEN, UND ERZÄHLEN SIE ANDEREN ÜBER DIE IHREN**

Selbst wenn der Erfolg einer Strategie sehr stark vom lokalen Kontext abhängt, ist und bleibt Graffiti ein globales Phänomen. Bleiben Sie am Ball hinsichtlich der Trends und erfahren Sie, wie andere Städte mit dieser Herausforderung umgehen. Vielleicht können Sie deren Strategien ja in Ihrem Umfeld anwenden? Sind Sie bereit, auch Ihre eigenen Erfahrung mit anderen zu teilen?


CASE STUDIES

This area helps you to find cases studies which make use of different kinds of response actions


Recently added:




Calm Streets




Enhancing the Legal Response




Graffiti in Art




BLEIB SAUBER - Jugend



Newcastle and Gateshead Graffiti Forum



Bristol Graffiti Partnership

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated By Organization Types	Details
 <p>Vienna Central Railway Station Street Art Murals</p>	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture Enforcement - Activity Support 	<ul style="list-style-type: none"> Graffiti writers Tourists Local community 	<p>★★★★★</p> <p>Average Rating</p> <p>Organizations that rated</p> <p>Your Rating</p> <p>Detailed info</p>	<p>Details</p>

- **TRETEN SIE IN KONTAKT MIT BEHÖRDEN, RAUMVERWALTERN, BÜRGERN, UNTERNEHMERN, EIGENTÜMERN, GRAFFITI-WRITERN, KULTURELLEN ODER SOZIALEN ORGANISATIONEN ...**

Wichtig ist sicherzustellen, dass sämtliche von Graffiti betroffenen Interessensgruppen in lokale Reaktionen mit einbezogen werden. Über das Graffolution-Netzwerk ist es einfach, News und Initiativen zu verbreiten und diese zu promoten.

ORGANISATIONS

If you are looking for interesting organisations that are related to graffiti, graffiti vandalism prevention or street art this is the right spot for you.



Strategy

Share on

This part of the platform helps you to develop a strategy and plan the whole cycle: from problem definition to evaluation and impact assessment. The following elements can be for one-time or long term interventions, single or complex actions, as well as for approaches departing from prevention, response or recovery nature. This section will help you to document a strategy specific for your aims to fully achieve them.

STEP 1: PLEASE DEFINE YOUR GOALS ACCORDING TO YOUR CHALLENGES (PROBLEM OR OPPORTUNITY)

1	Awareness
	Draw a distinction between vandalism and street art
	Explain the possibilities to create value through graffiti
	Explain the problems and costs caused by illegal graffiti
	Increase capacity for visual critique
	Introduce graffiti prevention by design
	Introduce legal alternatives
	Raise awareness on graffiti as a part of the youth culture
	Raise awareness on pro-social and anti-social aspects of graffiti
	Understand the causes of graffiti
2	Arts-Led Activities
	Offer an artistic alternative to graffiti vandalism
	Provide activities through community art

CASE STUDIES

This area helps you to find case studies which make use of different kinds of response actions

Recently added:

Case Study	Type of Response	Target Groups	Rated by Organization Types	Details
Vienna Central Railway Station Street Art Murals	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture Environment & Activity "Suburb" Education and Equality 	<ul style="list-style-type: none"> Grffiti writers Tourists Local community 	 Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info)	Details
URBAN AREA open spaces	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture 	<ul style="list-style-type: none"> Grffiti writers Local community 	 Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info)	Details
OGARNA z.o.	<ul style="list-style-type: none"> Environment & Infrastructure Collaboration Culture 	<ul style="list-style-type: none"> Tourists Local community Local business 	 Average Rating: 4.5 Organizations that rated this listing: 1 (Detailed info)	Details

Forschungsunterstützung

- Die Interessensgruppen wurden in sechs Kategorien unterteilt: „Sozialarbeiter, Kultur- & Zivilgesellschaft“, „Polizei & Strafverfolgungsbehörden“, „Öffentliche Verwaltung“, „Transportunternehmer/Behörden“, „Unternehmer“ und „Graffiti-Writer“. Auf Basis ihres Zugangs zum Thema Graffiti sowie dem Grad ihrer Institutionalisierung wurden sie strukturiert.
- Interviewte Interessensgruppen wiesen auf einen Mangel an Kommunikation zwischen den unterschiedlichen Gruppen hin, und der Großteil betonte die Bedeutung von prosozialen und pädagogischen Projekten in Bezug auf Graffiti. Viele Befragte zeigten Akzeptanz und den Willen, prosoziale Strategien einzusetzen. Die meisten Graffiti-Writer bestätigten, legale Formen von Graffiti nicht zurückzuweisen.
- Die Mehrheit der anerkannten Literatur über Graffiti-Vandalismus und die offiziellen Reaktionen darauf bewegt sich im Bereich zweier wesentlicher Zugänge: anti- und prosozial. Erst in letzter Zeit tauchen innovative, gut durchdachte und kontextsensitive Modelle der Stadtplanung und -gestaltung auf, die sowohl prosoziale als auch antisoziale Sichtweisen umfassen. Diese zeitgemäßen Modelle sind häufig viel kosteneffizienter als solche, die Graffiti ausschließlich als unsoziales Verhalten behandeln und können mitunter viel umfassender dabei vorgehen, verschiedene Auslöser und Meinungen dafür, „was funktioniert“, in ein Konzept aufzunehmen.
- Die Problemlösungsansätze zum Thema Graffiti können als „pro-aktiv“ und „regulativ“ beschrieben werden. Zwischen diesen beiden Polen befindet sich Raum für jene Akteure, die als „Mediatoren“ aufzutreten versuchen und gegenseitiges Bewusstsein stärken möchten. Im Bereich des „pro-aktiven“ Pols finden sich Interessensgruppen, die „aktiv“ als Graffiti-Writer tätig sind oder solche, die Graffiti „unterstützen“, während wir im Bereich des „regulativen“ Pols jene Interessensgruppen sehen, die „prosoziale“ oder „repressive“ Maßnahmen anstreben.
- Null-Toleranz-Strategien (anti-soziale Ansätze) sind am kostspieligsten in ihrer Umsetzung.
- Die modernen Praktiken, die einen integrativen Ansatz im Umgang mit Graffiti anstreben und je nach Kontext sowohl prosoziale als auch antisoziale Sichtweisen umfassen, haben sich als kosteneffizienter erwiesen als solche, die Graffiti ausschließlich als unsoziales Verhalten behandeln. Dieser Modell-Mix hat sich als positiver herausgestellt, vor allem in den letzten Jahren, in denen die finanziell schwierige Lage deutlich machte, dass die übliche Vorgehensweise („Business as usual“), bei der Graffiti generell als unsozial bewertet und nur mit Polizei, Gericht und Reinigungsarbeit beantwortet wurde, einfach nicht mehr machbar war.
- Daten über die Meldungen von Graffiti-Malerei sind unbeständig oder neigen dazu, in breiteren Kategorien klassifiziert zu werden (zum Beispiel unter Bagatelldelikte).
- Es gibt auffallend wenige Quellen, die miteinander vergleichbare, statistische Daten liefern, und noch weniger, die regelmäßig aktualisiert werden. Auch hinsichtlich der gemessenen Parameter gibt es offensichtlich Unterschiede, sowie einen beachtlichen Mangel an Nachweisen, Details zu den Methoden oder Referenzen darüber, wie genau „Erfolg“ gemessen wird.



GRAFFOLUTION

Understand . Collaborate . Improve

SCHLIESSEN SIE
SICH UNS AN!

Platform: <http://www.graffolution.eu/>

Website: <http://project.graffolution.eu/>

Twitter: <https://www.twitter.com/graffolution/>

Instagram: <https://www.instagram.com/graffolution/>