

8 Adaptionen auf Skatestickern

Wie oben bereits angedeutet, zeichnen sich im Bereich der Skatestickerdesigns Adaptionen aus anderen bildbasierten Bereichen – wie etwa der Kunst oder der Populärkultur – ab. Auch andere Autoren sind bereits auf dieses Phänomen der Einflussnahmen, Konvergenzen bzw. Adaptionen zwischen den Bereichen Kunst und Werbung aufmerksam geworden. Selbst wenn es sich bei diesen Analysen um abweichende Untersuchungsobjekte (z. B. Werbeanzeigen) handelt, können ebensolche Publikationen herangezogen werden, um das eigene Forschungsdesign zu fundieren.

Mit Grenzüberschreitungen⁴⁴⁶ zwischen den Bereichen der Kunst und Werbung setzt sich u. a. Sylvia Meffert in ihrer Publikation „Kunst und Werbung“⁴⁴⁷ auseinander. Meffert arbeitet für den Zeitraum des 19. und 20. Jahrhunderts drei Phasen heraus, in denen es zu vermehrten Grenzüberschreitungen zwischen den Bereichen Kunst und Werbung gekommen ist. Zum einen die Jahrhundertwende, in deren Fokus sie die Etablierung der Jugendstilplakate stellt. Darauf folgend die Konvergenzphase in den 1960er Jahren, die im Erfolg der Pop-Art⁴⁴⁸ mündet und die 1980er bzw. 1990er Jahre. Gegen Ende der 1980er Jahre erschien Schirners Publikation „Werbung ist Kunst“⁴⁴⁹, die zur Anregung der Diskussionen um Konvergenzprozesse entscheidend beitrug. In „Werbung ist Kunst“⁴⁵⁰ wurde provokativ die These vertreten, es handle sich bei dem Phänomen der Werbung um eine Fortsetzung der höfischen Kunst⁴⁵¹ und der damals zugrunde gelegten hegemonialen Gesellschaftsstrategien:

⁴⁴⁶ Ähnlich wie bei Meffert soll in dieser Arbeit die grundlegende Unterscheidung zwischen dem Bereich der Kunst und der Werbung bzw. der Populärkultur anhand der Zweckfreiheit der Objekte festgemacht werden.

⁴⁴⁷ Meffert 2001.

⁴⁴⁸ Nach der deutschen Rechtschreibung ist die Schreibweise dieses Begriffs mit Bindestrich obligatorisch. Insofern ist es zumindest an dieser Stelle nicht möglich, die in Kap. 1 postulierte Kompositaschreibweise einheitlich umzusetzen.

⁴⁴⁹ Schirner 1988.

⁴⁵⁰ Schirner 1988.

⁴⁵¹ Vgl. Schirner 1988. S. 18.

„Warum ist Werbung Kunst, Herr Schirner?

Weil ich sie dazu erklärt habe. Die Werbung hat heute die Funktion übernommen, die früher die Kunst hatte: die Vermittlung ästhetischer Inhalte ins alltägliche Leben. Diese Funktion hat die moderne Kunst nicht mehr. Sie findet unter Ausschluß der Öffentlichkeit statt. Die massenkulturellen Ausdrucksformen wie Werbung, Pop-Musik oder Mode sind an die Stelle der früheren Kunst getreten.“⁴⁵²

Auch wenn Meffert mit ihrer Arbeit einen anderen Ansatz verfolgt – nämlich den allgemeinen Nachvollzug dieser Prozesse, ohne eine Spezialisierung auf ein bestimmtes Medium – können ihre Forschungsansätze der eigenen Arbeit sehr nützlich sein. Meffert bestimmt für den Prozess der Grenzüberschreitungen den Begriff der Konvergenz:

„Unter Konvergenz wird in dieser Arbeit die als sozial relevant betrachtete Annäherung, Durchdringung und teilweise inhaltliche Übereinstimmung der Sphären der Kunst und Werbung verstanden. Die Konvergenz äußert sich im Handeln von Individuen und gesellschaftlichen Gruppen sowie von privaten und öffentlichen Institutionen. Sie ist außerdem an der Objektgestaltung abzulesen und wird reflektiert in einem fachöffentlichen bzw. öffentlichen Diskurs.“⁴⁵³

Diese Auffassung des Begriffes Konvergenz⁴⁵⁴ soll auch vorliegender Arbeit zu Grunde liegen. Im Gegensatz zu Mefferts Ansatz wird hier

⁴⁵² Vgl. <http://serifenlos.de/drupal2006wir/files/schirner.pdf>. Stand: 04.09.2012.

⁴⁵³ Meffert 2001. S. 18.

⁴⁵⁴ „Als Indikatoren der Konvergenz gelten: 1. die Tätigkeit von Individuen (Künstlern, Werbern) in der jeweils anderen Sphäre; 2. Unternehmen, die gleichzeitig ökonomische, künstlerische und kunsterzieherische Ziele verfolgen; 3. Werbemittel, in denen künstlerische Stilrichtungen und Motive benutzt, imitiert oder adaptiert werden; 4. Kunstwerke, in denen Werbemittel

der Fokus auf eine bestimmte Richtung der Konvergenzprozesse gelegt, nämlich auf die Prozesse, bei welchen Elemente der Kunst im Bereich der Werbung auftreten. Dieser Prozess soll – aufgrund des mitunter aktiven und bewussten Vorgehens der Designer – als Adaption⁴⁵⁵ bezeichnet werden.

Ebenfalls hilfreich für hiesige Analyse der Kunstadaptionen auf Skatestickern ist Bickelhaupts Publikation „Kunst für's Volk“⁴⁵⁶, die die Verwendung kunsthistorischer Zitate in Werbeanzeigen des „Spiegel“-Magazins⁴⁵⁷ aufgreift. Bickelhaupt thematisiert zu Beginn seiner Arbeit die Problematik einer eindeutigen Definition des Phänomens Werbung. Seine Kernthese umfasst die Idee, dass es sich bei dem Phänomen der Werbung um ein imaginäres Museum der Gegenwart handelt.⁴⁵⁸ Während seiner Argumentation stellt er verschiedene Perspektiven gegenüber, die jeweils voneinander abweichende Definitionen des Bereichs Werbung aufgreifen. Für vorliegende Arbeit bietet sich der folgende Ansatz als gedankliche Grundlage an:

„Unter Werbung versteht man die beabsichtigte Beeinflussung von marktrelevanten Einstellungen und Verhaltensweisen ohne formellen Zwang unter Einsatz von Werbemitteln und bezahlten Medien.“⁴⁵⁹

und Konsumgüter thematisiert werden; 5. die Präsentation von Werbemitteln in Museen; 6. die Betrachtung von Werbemitteln unter ausschließlich ästhetischen Gesichtspunkten; 7. die künstlerische Gestaltung von Werbemitteln durch Rezipienten.“ In: Meffert 2001. S. 18.

⁴⁵⁵ Vgl. Kap. 1 bzw. Meffert 2001. S. 18.

⁴⁵⁶ Bickelhaupt 2005.

⁴⁵⁷ Bickelhaupts Korpus umfasst Werbeanzeigen aus dem Archiv des „Spiegel“-Magazins von 1991–2000 (vgl. Bickelhaupt 2005. S. 61ff).

⁴⁵⁸ In Anlehnung an Kimpel 1982. S. 43–82, vgl. Bickelhaupt 2005. S. 49ff.

⁴⁵⁹ Schweiger/Schrattenecker 2009 [1986]. S. 9. Ein ähnlicher Ansatz findet sich bei Zentes/Swoboda 2001 [1983]: „In allgemeiner Form umfasst die Werbung, als sozialpsychologisches Phänomen, alle Formen des systematischen Versuchs der bewussten Beeinflussung von Menschen im Hinblick auf jeden beliebigen Gegenstand [...]. Sie hat vier Hauptaufgaben [...]: – die Information – die Überzeugung – die Veranlassung – die Unterhaltung.“ In: Zentes/Swoboda 2001 [1983]. S. 581.

Wie schon oben besprochen⁴⁶⁰, lösen sich die Skatesticker von ihrer ursprünglich intendierten (Werbe-)Funktion ab, grundsätzlich entstehen die Sticker jedoch mit der Intention eines Werbemittels, folgen zumindest ähnlichen Entstehungs- und Distributionsmechanismen und können somit vorwiegend dem Bereich der Werbung zugeordnet werden.

Eine Problematik, die die Erforschung dieses Phänomens mit sich bringt, wird in diesem Teil der Untersuchung besonders deutlich: Es gibt kein Skatestickerarchiv, auf das zurückgegriffen werden könnte. Die Sticker stammen aus Privatsammlungen, Zeitschriften, Internetverkäufen. Auch in der Öffentlichkeit aufgeklebte Sticker wurden abfotografiert.

Die Stickersammlungen zeigen persönliche Favorisierungen der Sammler. Sticker, die nicht vom Sammler favorisiert werden, werden auch nicht in die Sammelalben mit aufgenommen. Ansammlungen von aufgeklebten Stickern an ausgewählten Skateplätzen repräsentieren ebenfalls die favorisierten Sticker der dort agierenden Skater.⁴⁶¹ Genauso unangebracht erscheint eine Analyse der Stickermotive nach Skatelabels kategorisiert. Denn die Labels intendieren geradezu einen distinktierten Stil und greifen favorisierte Motive⁴⁶² wiederholt – eben auch zum Zwecke des wirtschaftlich bedeutsamen Wiedererkennungswertes – auf. Eine Kategorisierung der Sticker nach Labels könnte somit nicht als repräsentativ betrachtet werden und würde eine ungewollte Vorabselektion zur Folge haben.

Die aufgezeigten Argumente machen deutlich, dass zumindest in diesem Teil der Arbeit eine quantitative Analyse gänzlich unangebracht wäre und aufgrund der ungewollten Vorabselektion zu wissenschaftlich nicht fundierbaren Ergebnissen führen würde.⁴⁶³ Es

⁴⁶⁰ Vgl. Kap. 3.

⁴⁶¹ In der Nähe eines Pools z. B. halten sich höchstwahrscheinlich eher die Skater auf, die das Vertstyleskating bevorzugen. Insofern würde auch so eine Vorabselektion der Skatesticker getroffen werden.

⁴⁶² Das Label „Sector 9“ z. B. stellt spezielle weiche Skateboardrollen her. Auf deren Stickern zeichnet sich eine Motivik ab, die wiederholt die Elemente des Rollens und der Dynamik aufgreifen, wie etwa Billardkugeln o. Ä.

⁴⁶³ Im Gegensatz z. B. zu Bickelhaupts Publikation „Kunst für's Volk“ (2005), denn diese untersucht das Auftreten kunsthistorischer Zitate in der Werbung anhand eines feststehenden Bildkorpus von Anzeigen im „Spiegel“-Magazin.

bleibt also im Hinblick auf das divergente Korpus der Skatesticker lediglich eine qualitative Analyse der Konvergenzen zwischen den bildbasierten Bereichen Kunst, Werbung und Populärkultur vorzunehmen.⁴⁶⁴ In den folgenden Kapiteln werden die Bildbelege⁴⁶⁵ für Adaptionen aus dem Bereich der Kunst auf den Skatestickern kategorisiert und in Bezug auf die Art und Weise ihrer Adaptionismethode kontextualisiert.⁴⁶⁶

Grundsätzlich handelt es sich hierbei (in Anlehnung an Mayrings⁴⁶⁷ qualitative Inhaltsanalyse bzw. in Anlehnung an Bickelhaupts Auslegung von Mayrings Methode⁴⁶⁸) um ein induktives Verfahren. Nach Explikation der Bildbelege soll mittels ergänzender Deduktion auf hermeneutischer Ebene vom Einzelnen zum Ganzen verfahren werden. Allerdings kann hier aufgrund einer fehlenden Gesamtmenge keinesfalls eine – nach Mayrings Methode eigentlich folgende – statistische Auswertung vorgenommen werden. Lediglich die Methode zur Kategorienbildung und Explikation kann in diesem Kapitel übernommen werden.

Bei der Kategorisierung von Adaptionen aus dem Bereich der Kunst kann während der Analyse des vorhandenen, divergenten

Da alle Werbeanzeigen im „Spiegel“-Magazin archiviert sind, kann hier auch eine quantitative Analyse fruchtbar und sinnvoll sein.

⁴⁶⁴ Quantitative Aspekte müssen auf Beobachtungen der Autorin bzw. der Skater basierend bleiben (vgl. u. a. Kap. 8. 2. 12).

⁴⁶⁵ Nach Mayring: Ankerbeispiele. (Mayring 2003 [1982]. S. 55ff.)

⁴⁶⁶ Nach Mayring: Explikation. (Mayring 2003 [1982]. S. 77ff.)

⁴⁶⁷ „Der Trend zur qualitativen Forschung als Ergänzung und Alternative zu einem einseitigen quantitativ naturwissenschaftlich orientierten Vorgehen verstärkt sich in den letzten Jahren in fast allen Humanwissenschaften. Viele der neuen qualitativen Ansätze bleiben jedoch vage, unsystematisch und schwer nachvollziehbar. Die qualitative Inhaltsanalyse ermöglicht dem gegenüber eine streng systematische, das heißt theoriegeleitete und regelgeleitete Analyse sprachlichen Materials. Zur Begründung des Vorgehens werden Kommunikationswissenschaften, Hermeneutik, qualitative Sozialforschung, Literaturwissenschaften und Psychologie herangezogen. Ausgehend von den drei Grundformen der Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung werden einzelne Techniken durch Ablaufmodelle und Interpretationsregeln beschrieben und am Beispiel veranschaulicht.“ In: Mayring 2003 [1982]. S. 130.

⁴⁶⁸ Vgl. Bickelhaupt 2005. S. 10, S. 66ff.

Korpus festgestellt werden, dass es sich um mindestens drei verschiedene Adaptionismethoden handelt, die mit Belegen manifestiert werden können:

Zum einen zeichnet sich eine Gruppe von Skatestickern ab, deren adaptierte Elemente aus dem Bereich der Kunst auf der Ebene der gewählten Motivik sichtbar werden. In einigen Fällen handelt es sich gar um konkrete Bildzitate aus dem Bereich der Kunst. Des Weiteren scheinen Adaptionen angewandt zu werden, die auf der Ebene des künstlerischen Stils stattfinden, d. h. dass etwa der künstlerische Duktus, die Formensprache oder auch ein distinguiertes Einsatz von Farbflächen aus dem Bereich der Kunst imitiert bzw. transformiert wird. Daneben tritt eine weitere Gruppe von Stickern in Erscheinung, die bestimmte künstlerische Strategien aufzugreifen scheinen, wie z. B. das Konzept des *Détournements*.

Die Filterfrage zum Herausgreifen eines Skatestickers aus dem Korpus lautet: Ist in der Gestaltung des Stickers eine Adaption aus dem Bereich der Kunst zu erkennen? Wenn dies der Fall ist, erfolgt ein zweiter Analyseschritt, in dem gefragt wird: Erfolgt die Adaption auf der Ebene der Motivik, des künstlerischen Stils oder der angewandten künstlerischen Strategie?

Schon an dieser Stelle sollte darauf hingewiesen werden, dass in einigen Fällen Adaptionen auf mehreren Ebenen gleichzeitig nachgewiesen werden konnten, z. B. bei Stickern, die auf stilistischer Ebene Analogien zu Werken der Pop-Art aufweisen und zusätzlich aus der Pop-Art bekannte Motive aufgreifen. Diese Polysemien, die vor allem die Einordnung in Adaptionenkategorien betreffen, sollen keineswegs geleugnet werden. Sie sollen vielmehr als ein zusätzlicher Beleg der Vielschichtigkeit der Konvergenzen und Adaptionen aufgefasst werden. Um die Problematik einer konkreten Einordnung der Stickerexemplare zu lösen, sollen diese Sticker der Kategorie zugeordnet werden, in der das adaptierte Element dominanter erscheint.

8.1 Motivische Adaptionen aus dem Bereich der Kunst

Die kategorisierten Einzelanalysen werden begonnen mit Skatestickern, die Adaptionen manifestieren, indem in der Kunst etablierte Motive verwendet und variiert werden. Die Filterfrage zum Kategorisieren eines Skatestickers aus dem angelegten Korpus lautet: Ist auf dem Sticker ein Motiv zitiert bzw. variiert, welches primär im Kontext der Kunst verortet wird? Die Bandbreite motivischer Adaptionen umfasst sowohl Motive, die auf einen Einzelkünstler zurückgeführt werden können, als auch sogenannte klassische oder traditionelle Motive, die beispielsweise aus der Mythologie oder Ikonografie bekannt sind.

8.1.1 „Sure Grip“ Motiv: Architektur

Es wird mit Abbildung 8.1.1.1, einem Sticker des Labels „Sure Grip“⁴⁶⁹, begonnen.⁴⁷⁰ Der Sticker ist im Hochformat angelegt und umfasst ein Format von ca. 13 cm x 12 cm. Innerhalb einer

⁴⁶⁹ „Sure Grip“©. „SURE-GRIP International, previously known as SURE-GRIP Skate Company, was founded in 1936 by John L. Wintz. SURE-GRIP was first known for its rubber inlay wheel it invented for conventional rollerskates in 1937. The wheels were manufactured from gear fiber called phenolic, a common material used in the mechanical industry where an abrasion resistant material is needed. The fiber gave the wheels long wear and the rubber inlays gave them grip. It revolutionized the skating industry by replacing the often slippery wooden wheels. Therefore, SURE-GRIP became an appropriate name for the company and the wheel as it literally gave the user a ‚Sure Grip‘. The wheels were so successful that it gave the company its introduction into an industry in which it would later prove to become an innovative leader.“ Vgl. <http://www.-sure-grip-.com/-history>. Stand: 19.06.2012.

⁴⁷⁰ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 121f).

schwarzen Rahmung wird – nach dem Prinzip eines Schaukastens – das zentrale Motiv des Stickers präsentiert. Ein ca. 1,5 cm breiter Rand bleibt außerhalb des Schaukastens bestehen. Auf diesem weißen⁴⁷¹ Rand sind in einer schmalen, schwarzen Schrift (ober- und unterhalb der Rahmung) die Worte „ROB MAGGI“⁴⁷² und „PRO MODEL“ aufgedruckt.

Der Schaukasten gibt den Blick auf eine surrealistisch konstruierte Bildwelt frei. Durch das Neben- und Übereinanderlegen von vorwiegend hellblauen, pinken und gelben Flächen entsteht ein architektonisch anmutendes Motiv. Die, wie in Comiczeichnungen schwarz konturierten Flächen beschreiben Elemente wie Fliesen, Treppen und Torbögen. Auffallend sind insbesondere zahlreiche, gelb kolorierte Säulen⁴⁷³, die sich in alle möglichen und unmöglichen Richtungen (teilweise sogar diagonal) im Bildraum ausdehnen. Auch die meisten der eingezeichneten Treppenabsätze sind unbegebar im Raum positioniert. Bereits durch die Beschreibung dieser beiden Bildelemente wird deutlich, dass es sich bei diesem Motiv um eine utopische Raumkonstruktion handelt. Durch die Positionierung von drei, an Comicfiguren erinnernde, gesichtslose Gestalten, wird die surrealistische Wirkung des Motivs zusätzlich unterstrichen. Diese stehen regungslos und passiv auf verschiedenen Positionen im unrealistisch konstruierten Bildraum. Indem eine der gelben Figuren ein stilisiertes Skateboard festhält, wird dem Betrachter ein Hinweis auf die Kontextualisierung des Stickers innerhalb der Skatekultur angeboten.

⁴⁷¹ Aufgrund des Alters des Stickers (leider nicht genau datierbar, vermutlich in den 1980er oder 1990er Jahren publiziert) erscheint die Grundfarbe des Stickers deutlich vergilbt, sodass beim Betrachten der Abbildung leicht der Eindruck einer beige oder auch gelblichen Grundfarbe des Stickers entstehen könnte. Beim Betrachten des Originals und nach Rückfrage bei Skatestickersammlern bestätigt sich jedoch die Vermutung, dass es sich um einen in der Grundfarbe Weiß publizierten Sticker handelt, der im Laufe der Jahre – trotz geschützter Aufbewahrung in Stickeralben – deutlich vergilbt ist.

⁴⁷² Rob Maggi ist der durch den Sticker repräsentierte Profiskater bzw. das „Pro Model“ des Labels „Sure Grip“.

⁴⁷³ Die Form dieser Säulen ähnelt dem Aufbau der toskanischen Säulenordnung.

Ein Bezug zwischen diesem Skatesticker und dem Bereich der Kunst entsteht durch die Adaption von Kompositionselementen mit hohem Wiedererkennungswert bzw. durch die Nachahmung der charakteristisch utopischen Zusammenstellung dieser Elemente: Beim Betrachter werden Assoziationen bzw. die Entdeckung von Analogien zu M. C. Eschers Lithografien intendiert. Arbeiten von M. C. Escher sind vielfach auch einem nichtkunstaffinen Publikum bekannt. Dies liegt u. a. an der Wertschätzung und am hohen Wiedererkennungswert der zeichnerischen Exaktheit seiner Arbeiten. Die Methodik zur Darstellung seiner Fiktionen basiert u. a. auf mathematischer Genauigkeit und der vermeintlichen Aufhebung der Schwerkraft (bzw. der Darstellung mehrerer simultan wirkender Schwerkräfte) innerhalb seiner Bildmotive. Für ein nichtkunstaffines Publikum ist an Eschers Arbeiten, neben der Faszination an der bildnerisch exakten Darstellung einer Utopie, vermutlich auch das in seinen Arbeiten dokumentierte handwerkliche Können von Bedeutung. Eschers Arbeiten könnten im Kontext eines sogenannten kulturellen Gedächtnisses⁴⁷⁴ u. a. ein Konzept symbolisieren, bei dem sich der agierende Künstler – trotz fortschreitender Postmoderne – auf handwerkliches Können rückbesinnt. Im Kontext einer vergleichenden Bildbetrachtung sind insbesondere Analogien zwischen Eschers Lithografie „Relativität“⁴⁷⁵ und diesem Stickermotiv zu konstatieren. Auf dem Design des Skatestickers wurde das markante, utopische Arrangement der architektonischen Elemente, insbesondere der Treppen, nachgeahmt.⁴⁷⁶

Treppen und deren bildliche Darstellung haben für Skater eine inhaltliche bzw. skatekulturspezifische Relevanz, da sie als zentrale Übungselemente – sogenannte Obstacles⁴⁷⁷ – zum Skaten genutzt

⁴⁷⁴ Vgl. Assmann 2007 [1992].

⁴⁷⁵ M. C. Escher: Relativität, 1953, Lithographie, 28 cm x 29,1 cm, National Gallery of Art, Washington.

⁴⁷⁶ Im Gegensatz zu Eschers Lithografien wird auf dem Skatestickerdesign mit farbigen Flächen gearbeitet, die – wie aus der Gestaltung von Comics bekannt – von schwarzen Konturen umrahmt werden. Während Eschers Lithografie gekonnt räumliche Plastizität durch Schattierungen hervorruft, bleibt das Stickerdesign frei von Schattierungen und Plastizität.

⁴⁷⁷ Obstacle ist der Fachbegriff für etwaige Hindernisse zum Skaten (vgl. Kap. 5).

werden. Für einen Skater zeigt die dargestellte Raumsituation simultan das Optimum und Pessimum an Skatemöglichkeiten. Innerhalb dieses Motivs werden zahlreiche Treppen und weitere theoretisch „skatebare“ architektonische Elemente in vollkommen neuen Konstellationen offeriert. Diese bieten bisher unbekannte Skatemöglichkeiten an und eröffnen die Option auf die Erfindung innovativer Skatetricks. Dennoch ist die im Bild konstruierte Architektur aufgrund der Utopie nicht „skatebar“. Dieses Dilemma wird zusätzlich symbolisiert, indem die zentrale Figur im Bild ihr Skateboard trägt – und nicht skatet.

8.1.2 „Supreme“ Motiv: Abendmahl

Das Motiv des auf Abbildung 8.1.2.1 (ca. 4 cm x 18 cm) präsentierten Skatestickers⁴⁷⁸ ist eine Miniatur von Leonardo da Vincis „Abendmahl“.⁴⁷⁹

Im Gegensatz zum Originalgemälde wurde diese farbige Reproduktion um ein besonderes Element ergänzt: Nur von bestimmten Blickpunkten bzw. Betrachterpositionen aus wird ein transparenter, quer über das Bild verlaufender Aufdruck sichtbar: „Supreme“⁴⁸⁰. „Supreme“ bedeutet in der deutschen Übersetzung der, die oder auch das Höchste und ist außerdem der Name des Skatelabels, das diesen Sticker publiziert hat. Um diesen, nahezu wie ein Hologramm wirkenden Effekt zu erzielen, wurden die Buchstaben des Wortes „Supreme“ mittels eines glänzenden, dennoch transparenten Druckverfahrens auf die matte Oberfläche des Abendmahlmotivs aufgebracht.

Mit der Auswahl des „Abendmahls“ als Stickermotiv entschieden sich die Designer des Labels „Supreme“ für ein gemeinhin be- und

⁴⁷⁸ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 115f).

⁴⁷⁹ Leonardo da Vinci: Das Abendmahl. ~1495-1497, Öl und Tempera auf Mauerwerk, 422 cm x 904 cm, Santa Maria delle Grazie, Refektorium, Mailand.

⁴⁸⁰ „Supreme“©.

anerkanntes Bild. Innerhalb des sogenannten kulturellen Gedächtnisses⁴⁸¹ hat es den Status eines Meisterwerks der Kunst. Im Gegensatz zu manch anderen, ebenfalls im sogenannten kulturellen Gedächtnis verhafteten Kunstwerken (wie etwa Arbeiten von Joseph Beuys oder Joan Miró), haben die „Supreme“-Designer hier ein Bild ausgewählt, dessen künstlerische Qualität als unumstritten gilt.

„Das Abendmahl“ ist durch zahlreiche, mitunter inflationäre Reproduktionen und Adaptionen zu einem derart populären Gemälde geworden, dass es sogar bei einem nicht kunstaffinen Publikum einen hohen Wiedererkennungswert innehat. Um nur einige Beispiele zu benennen: Die Werbekampagne des Jeansherstellers „Otto Kern“ löste 1993 einen öffentlichen Diskurs aus, da auf den Werbeplakaten die Figurenkonstellation des „Abendmahls“ von barbuisigen, weiblichen Modellen nachgestellt wurde.⁴⁸² Die Fotografin Annie Leibovitz inszenierte 2007 die Schauspieler der im Mafiamilieu situierten TV-Serie „Sopranos“ in ähnlicher Anordnung. In diesem Bild nimmt das Familienoberhaupt „Tony Soprano“ die zentrale Position der Christusfigur ein.⁴⁸³ Selbst im Bereich der Kunst wird da Vincis „Abendmahl“ wiederholt als Inspirationsquelle genutzt. Teilweise haben selbst die Adaptionen des Bildes eigenen Kultstatus erlangt, wie beispielsweise Andy Warhols „The Last Supper“⁴⁸⁴, indem er das Motiv in seinem charakteristischen Siebdruckverfahren ausführt oder auch „Yo Mama's Last Supper“⁴⁸⁵ von Renée Cox, die, indem die Christusfigur durch eine nackte Frau (die Künstlerin selbst) ersetzt wurde, eine emanzipierte Version der Bildkomposition inszenierte.

⁴⁸¹ Vgl. Assmann 2007 [1992].

⁴⁸² Vgl. http://www.zensurarchiv.de/index.php?title=Werbung#Jeans-Werbung:_Das_letzte_Abendmahl_-_nackt.2C_1993.2F2005 Stand: 09.02.2016.

⁴⁸³ Vgl. <http://anthonylukephotography.blogspot.de/2011/09/sopranos-family-portrait-by-annie.html>. Stand: 20.11.2015.

⁴⁸⁴ Andy Warhol: The Last Supper, 1986, Siebdruck auf farbiger Papiercollage, 60,3 cm x 79,7 cm, The Andy Warhol Museum, Pittsburgh. (vgl. u. a. http://www.artnet.com/magazine_pre2000/features/haden-guest/haden-guest8-3-6.asp. Stand: 09.03.2016).

⁴⁸⁵ Renée Cox: Yo Mama's Last Supper, 1996/1999/2001, fünfteilige Farbfotografie, 78 cm x 78 cm, Brooklyn Museum of Art, New York (vgl. <http://www.reneecox.org/#!yo-mamas-last-supper/c1sd6>. Stand: 09.03.2016).

Dass sich im Internet sogar ein eigener Blog finden lässt, der über fünfzig Variationen von da Vincis Abendmahl zusammenfasst⁴⁸⁶, symbolisiert die außerordentlich hohe Frequenz, mit der dieses Motiv adaptiert wird.⁴⁸⁷ Bonazolli und Robecchi formulieren in „Da Vinci bei den Simpsons. Wie aus Kunst Kult wird“ den Kultstatus des „Abendmahls“:

„Von Leonardo bis zu den Simpsons – das *Letzte Abendmahl*, bleibt ein offenes Kunstwerk, ein kollektives Kultbild, eine unendliche Geschichte, an der die Jahrhunderte weitergeschrieben haben [...] Jeder kann seine Vorstellungen darauf projizieren, seien sie nun fromm oder gottlos, andächtig oder verachtend. [...] Ein Bildfetisch zur Verehrung durch die Massen, dessen Ruhm mehr durch die Allgegenwart seiner Repliken als durch die unmittelbare Anschauung des Originals begründet ist.“⁴⁸⁸

Das Label „Supreme“ nutzt die Popularität des Gemäldes zugunsten eigener Werbeabsichten: Die Aufmerksamkeit des Betrachters wird aufgrund des wiedererkannten Motivs – selbst wenn der Betrachter das Motiv nicht ikonografisch deuten bzw. einer Künstlerpersönlichkeit zuordnen kann – auf den Labelnamen „Supreme“ gelenkt, was der intendierten Werbewirkung des Stickers entspricht. Insofern profitiert das Label „Supreme“ vom hohen Wiedererkennungswert und vom kulturellen Status dieses Motivs.

Die transparente Überschreibung des „Abendmahls“ mit dem Namen eines Labels kann per se als ein Affront aufgefasst werden. In der Graffiti-Szene, die der Skatekultur durch die gemeinsame Affinität zur Hiphopszene nahesteht⁴⁸⁹, würde dieser Vorgang des Über-

⁴⁸⁶ Dort werden Bilder gesammelt, die Interpretationen dieses Motivs durch die Marken „Star Wars“, „Lego“ und sogar „Disney“ zeigen.

⁴⁸⁷ Vgl. <http://culturepopped.blogspot.de/2007/04/suddenly-last-supper.html>. Stand 21.11.2015.

⁴⁸⁸ Bonazolli/Robecchi 2014. S. 43ff.

⁴⁸⁹ Vgl. Kap. 4.

schreibens eines Werkes als „Crossen“⁴⁹⁰ bezeichnet werden. Der Vorgang des „Crossens“ drückt eine Provokation bzw. Herausforderung aus und symbolisiert eine Abwertung des Überschriebenen.

Aufgrund der kunstaffinen Haltung⁴⁹¹ des Skate- und Streetwear-labels „Supreme“ könnte ebenso vermutet werden, dass die Verwendung dieses Kunstmotivs als Basis eines Stickerdesigns eine Wertschätzung und Anerkennung von Leonardo da Vincis „Abendmahl“ ausdrücken soll. Der aufgedruckte Labelname „Supreme“ könnte in seiner wortwörtlichen Bedeutung wie eine Beschriftung des Gemäldes aufgefasst werden und verbalisiert somit die Wertigkeit des Motivs.

Bedauerlicherweise hat das Label „Supreme“ auf wiederholte Anfragen der Autorin nicht geantwortet, sodass keine verbindliche Intention der Designer dieses Labels wiedergegeben werden kann. Es lässt sich jedoch festhalten, dass sich das Label durch die Adaption des Motivs in einen Bezug zur Kunst setzt. Die konkrete Interpretation dieses Stickers, ob die Beschriftung als Auf- oder Abwertung des adaptierten Motivs aufgefasst wird, bleibt – unabhängig von der Intention des Designers – je nach Auffassung des Betrachters individuell.

An dieser Stelle sollte außerdem auf den Aspekt hingewiesen werden, dass es sich bei der Darstellung des Abendmahls um ein eindeutig ikonografisch fundiertes Motiv handelt. Durch die Verwendung des Motivs als Skatesticker wird ein Bezug zwischen der traditionellen Ikonografie und dem zeitgenössischen Medium der Skatesticker hergestellt. Im Kapitel 8.5 wird auf die Hintergründe dieser Prozesse (Interpretation der Kunstadaptionen auf Skatestickern) detaillierter eingegangen.

⁴⁹⁰ Crossen ist ein Anglizismus aus der angloamerikanischen Fachsprache der Sprayer: „to cross sth.“ bedeutet übersetzt etwas durchstreichen oder etwas durchqueren.

⁴⁹¹ Vgl. Kap. 8. 1. 3 („Supreme“ Motiv: „Spin Painting“).

8.1.3 „Supreme“ Motiv: Spin Painting

Die Abbildungen 8.1.3.1, Abbildungen 8.1.3.2 und Abbildung 8.1.3.3 zeigen ebenfalls Sticker des Labels „Supreme“. Diese Sticker dokumentieren eine in der Skateszene eher unübliche Methode der Kunstadaption: Sie findet hier in Form einer Kooperation mit dem bildenden Künstler statt. Im Gegensatz zu den zumeist unlizenziierten und unautorisierten Kunstadaptionen⁴⁹² wurden die Motive von dem zeitgenössischen Künstler Damien Hirst explizit als Deck- bzw. Stickermotiv⁴⁹³ zur Verfügung gestellt.

Damien Hirst gestaltete 2009 für „Supreme“ zwei verschiedene Serien von Skatedecks⁴⁹⁴. Eine Serie besteht aus fünf Skatedecks⁴⁹⁵ und greift die für Damien Hirsts Arbeiten charakteristische Komposition angeordneter, kolorierter Rasterpunkte auf (sog. „Spot Paintings“⁴⁹⁶).⁴⁹⁷ Zur zweiten Serie gehören drei weitere Skatedecks, die sich auf die Motivik von Hirsts „Spin Paintings“⁴⁹⁸ beziehen.⁴⁹⁹ Aus der

⁴⁹² Vgl. u. a. Kap. 8. 4.

⁴⁹³ Auch wenn es sich im Bereich der Skatesticker eher um eine Ausnahmeerscheinung handelt, so kann trotzdem von Adaption gesprochen werden, da das zunächst aus der Kunst bekannte Motiv auf Skatedecks bzw. auf Skatesticker transferiert wird. Ginge diese Adaption ohne das Einverständnis des Künstlers vonstatten, wären diese Sticker eher in den Bereich der stilistischen Adaption einzuordnen, da in diesem Falle von einer Imitation des künstlerischen Stils ausgegangen werden müsste. Da die Motive aber vom Künstler selbst entworfen und ausgewählt wurden, um auf den Decks bzw. Stickern als Motiv abgedruckt zu werden, sollten sie eher als eine motivische Adaption eingeordnet werden.

⁴⁹⁴ Vgl. <http://www.highsnobiety.com/2009/10/30/supreme-xdamien-hirst-spot-skateboard-deck-series/>. Stand: 12.02.2015.

⁴⁹⁵ Vgl. <http://artmarkit.com/product/damien-hirst-spot-paintings-skateboards/>. Stand: 12.08.2015.

⁴⁹⁶ Vgl. <http://www.damienhirst.com/texts1/series/spots>. Stand: 09.03.2016.

⁴⁹⁷ Dieses Set, bestehend aus fünf gestalteten Skatedecks, wird (Stand: 12.02.2015) für 9999,99 US\$ auf dem Auktionsportal „Ebay“ angeboten. Vgl. <http://www.ebay.com/itm/Set-of-5-Damien-Hirst-Supreme-spot-skateboards-/281013647843>. Stand: 12.02.2015.

⁴⁹⁸ Vgl. <http://www.damienhirst.com/texts1/series/spins>. Stand: 09.03.2016.

⁴⁹⁹ Vgl. <http://www.supremenewyork.com/news/392?image=1>. Stand: 12.02.2015.

zweiten Serie konnten drei dazugehörige, publizierte Skatesticker des Labels nachgewiesen werden (vgl. Abb. 8.1.3.1, Abb. 8.1.3.2, Abb. 8.1.3.3).⁵⁰⁰ Die Sticker haben das für „Supreme“-Sticker charakteristische Querformat (jeweils ca. 4 cm x 18 cm). Ihre Grundfläche besteht jeweils aus den für die „Spin Paintings“ typischen, abstrakten Farbverläufen.⁵⁰¹ Alle drei Sticker weisen eine leuchtende und dynamische Farbgebung auf. Jeder Sticker korreliert in der Farbgebung mit jeweils einem der gestalteten Decks. Beim zuerst genannten Sticker (Abb. 8.1.3.1) dominieren die Farben Gelb, Rot und Blau. Auf der Abbildung 8.1.3.2 sticht der Komplementärkontrast aus den Farben Rot und Grün anteilig hervor. Beim dritten hier genannten Sticker (Abb. 8.1.3.3) ist eine Kombination aus blauer und schwarzer Farbe anteilig vorherrschend. Werden die gestalteten Decks mit den publizierten Skatestickern verglichen, so scheint es, als sei das Motiv des Stickers jeweils ein Detailausschnitt aus dem Zentrum des Deckmotivs.

Durch ihre dynamische Farbgebung wecken die einzelnen Sticker motive jeweils Assoziationen an Farbexplosionen. Diese Assoziationen kommen dem tatsächlichen Schaffensprozess, zumindest der originalen „Spin Paintings“, sehr nahe.

Quer über dem farbigen Motiv steht in der für „Supreme“ charakteristischen Kursivschrift („Futura Bold Italic“) der Labelname. Im Gegensatz zu dem zuvor gezeigten „Supreme“-Sticker (vgl. Abb. 8.1.2.1) ist die Schrift, wie für die „Supreme“-Sticker typisch, weiß. Auch hier wurde das präsentierte Motiv eines bildenden Künstlers vom Labelnamen überschrieben. Da es sich um eine offizielle Kooperation mit Hirst handelt, kann von einem expliziten Einverständnis des Künstlers ausgegangen werden.

Auf der Homepage des Labels können Kunden, die das Werk des zeitgenössischen Künstlers Damien Hirst ggf. nicht kennen, eine

⁵⁰⁰ Trotz umfangreicher Recherchen und mehrfacher Anfragen bei „Supreme“ konnte kein Beleg eines weiteren Skatestickers mit einem Motiv von Damien Hirst nachgewiesen werden.

⁵⁰¹ Am jeweils linken Ende der Sticker ist, wie ebenfalls charakteristisch für „Supreme“-Sticker, eine senkrechte feine Aussparung in der Klebefläche des Stickers zu erkennen. Diese dient dazu, den Sticker besser von der Folie ablösen zu können. Hier ist der Bereich links der Aussparung, bis auf einen millimeterbreiten Farbrand, weiß bzw. unbedruckt belassen.

kurze Einführung über sein künstlerisches Schaffen nachlesen. Dabei wird auf die „Spin Paintings“, die als Motiv für die Skatedecks- bzw. Skatesticker verwendet werden, hingewiesen:

„Hirst is also known for his Spin paintings made at random on a spinning circular surface, and his now iconic, graphic Spot paintings that depict rows of randomly-colored circles. This week, Supreme will release a series of three decks designed by Damien Hirst featuring his Spin paintings.“⁵⁰²

Im Anschluss wird dem Kunden ein auf der Homepage eingebundener Videostream angeboten⁵⁰³. Nach einer kurzen Selbstvorstellung erklärt Hirst seinen Wunsch, dass die von ihm designten Decks geskatet und nicht, wie bei seinen Arbeiten ansonsten üblich, in einem Museum aufbewahrt werden sollen. Seiner Erklärung folgt ein Skatevideo, in dem die von ihm gestalteten Decks von Skatern gefahren werden. Dies führt, bedingt durch die Skatetricks, zur allmählichen Zerstörung von Hirsts Motiven.

Aufgrund der expliziten Zusammenarbeit mit Damien Hirst lässt sich schlussfolgern, dass das Label „Supreme“, insbesondere in seinen Werbemaßnahmen, eine ausgeprägte Affinität zur Kunst aufweist bzw. inszeniert. Dies bestätigen diverse weitere Kooperationen zwischen dem Label „Supreme“ und zeitgenössischen Künstlern. Auf der Homepage des Labels⁵⁰⁴ wird unter anderem eine Ausstellung von „Supreme“-Skatedecks dokumentiert, die in Kooperation mit renommierten Künstlern, wie Jeff Koons⁵⁰⁵ oder Richard Prince, entstanden ist.⁵⁰⁶ Neben renommierten Künstlern werden mitunter umstrittene

⁵⁰² Vgl. <http://www.supremenewyork.com/news/392>. Stand: 17.05.2015.

⁵⁰³ Vgl. <https://www.supremenewyork.com/interviews/hirst>. Stand: 17.05.2015.

⁵⁰⁴ Vgl. <http://032c.com/2012/supreme-skateboard-artistsseries/>. Stand: 12.02.2015.

⁵⁰⁵ Vgl. <http://032c.com/2012/supreme-skateboard-artistsseries/>. Stand: 12.02.2015.

⁵⁰⁶ Auch hier konnte trotz umfangreicher Recherchen und mehrfacher Anfragen bei „Supreme“ kein Beleg eines Skatestickers mit Motiven dieser Künstler nachgewiesen werden.

prominente Persönlichkeiten, wie beispielsweise Kate Moss, Lady Gaga oder Mike Tyson, für Werbekampagnen des Labels akquiriert.⁵⁰⁷

In der vom Mitbegründer des Labels Aaron Bondaroff veröffentlichten Publikation „Supreme: Downtown New York Skate Culture“⁵⁰⁸ lässt sich nachlesen, dass sich das Label bzw. der Shop als eine Art Galerie zu inszenieren scheint. Der Publizist und Autor Glenn O'Brien schreibt in seinem einführenden Beitrag zu Bondaroffs Publikation:

„With my eye on Supreme, I noticed that it seemed to be more than a store; it had at least some qualities of a cult. The store would close for installation, just like an art gallery, and then reopen with new merchandise, just like a gallery. But unlike a gallery, Supreme had long lines of customers waiting to get in, and they would even camp out overnight. I eventually learned that there was something analogous to art sales going on here[.]“⁵⁰⁹

Das folgende Gespräch zwischen KAWS (u. a. Graffiti-Künstler) und James Jebbia (ebenfalls Mitbegründer des Labels „Supreme“) enthält Details zu den Hintergründen der Kooperationen mit zeitgenössischen Künstlern:

„KAWS: I think in recent years established artists are more receptive to the value of doing projects like that, too.

JEBBIA: I also think a big part of it is because the object we're starting with is a skateboard. If we went and said, ‚Hey, we're doing a basketball or a mouse pad‘, they would probably say, ‚Get the fuck out of here!‘ But a skateboard is a very natural and real medium for art and also a very appealing object for a lot of artists.

⁵⁰⁷ Vgl. u. a. <http://devanonsupreme.blogspot.de/2012/12/supreme-modern-guerillamarketing.html>. Stand: 15.12.2014.

⁵⁰⁸ Bondaroff 2010.

⁵⁰⁹ Bondaroff 2010. S. 7.

KAWS: I mean, it's a flat panel. It's not really a far stretch from a canvas.

JEBBIA: Yeah. And a lot of artists still keep their eyes on the streets, on youth culture, and what goes on. Most of the time when we are working with an artist they are not familiar with skateboards, so we send them some samples. They usually love them and are excited to work with them.

KAWS: But when you work with an artist like Jeff Koons, you have to know that opens doors to a lot of other artists."⁵¹⁰

Abschließend kann festgehalten werden, dass es sich bei dem Label „Supreme“ eher um eine Ausnahmeerscheinung innerhalb der Skateszene handelt: „Supreme“ betont explizit seine Affinität zur Kunst und fokussiert, im Gegensatz zu zahlreichen Copyrightverstößen anderer Skatelabels, Kooperationen mit zeitgenössischen Künstlern und Prominenten des öffentlichen Lebens. Diese wiederholten Kooperationen sind ein Element der ungewöhnlichen und zugleich professionellen Werbestrategien⁵¹¹ des Labels „Supreme“.

Es ist davon auszugehen, dass die oben gezeigten, auffällig bunten Skatestickermotive der „Spin Paintings“ in der Skateszene auch ohne Kenntnis des Werkes von Damien Hirst beliebt sind. Durch die gemeinsame Affinität zur Hiphopszene gibt es zwischen der auf Farbe fokussierten Graffitiszene und der Skateszene inhaltliche Überschneidungen: Anhänger beider Szenen werden sich von dieser auffälligen Farbgebung angesprochen fühlen. Indem sie diese Sticker sammeln oder aufkleben, werden sie zum Werbeträger des Labels „Supreme“.

⁵¹⁰ Bondaroff 2010. S. 35.

⁵¹¹ Die den Skateshops umliegenden Straßen unautorisiert mit zahlreichen, auffälligen Werbepostern zu bekleben, ist eine der Werbestrategien von „Supreme“. Diese Methode wird von den Passanten und Kunden häufig als eine Streetartaktion aufgefasst. Dieses Vorgehen kann auf werbestrategischer Ebene als Guerilla Marketing bezeichnet werden. (Vgl. Kap. 3, Kap. 4).

8.1.4 „101“ Motiv: Christus

Abbildung 8. 1. 4. 1 zeigt einen Sticker des Labels „101“.⁵¹² Der Sticker ist hochformatig konzipiert und umfasst etwa 13 cm x 6 cm. Innerhalb einer schwarzen Rahmung wird das Stickermotiv präsentiert: Vor einem blauen, mit Wolken verzierten Himmel erscheint das Brustbild einer männlichen Person mit Vollbart und langem Haar. Das Gesicht ist in einer Dreiviertelansicht nach rechts geneigt. Die Mimik wirkt leidend. Dieser Ausdruck wird durch den flehenden, sehnsüchtigen Blick gen Himmel verstärkt. Auf dem Haupt der Figur befindet sich eine Dornenkrone, deren Dornen bereits diverse blutende Wunden verursacht haben. Der Kopf wird von einem schmalen, gelben Nimbus umrahmt.

Allein die, während der Bildbeschreibung benannten, eindeutigen Attribute (Dornenkrone und Nimbus) führen dazu, die abgebildete männliche Figur als Christusdarstellung zu identifizieren. Das Tragen der Dornenkrone und der flehend zum Himmel gewandte Blick legen eine Kategorisierung zum ikonografisch fundierten Bildtypus des „Christus mit Dornenkrone“⁵¹³ nahe. Die Präsentation eines solchen Motivs innerhalb einer schwarzen Rahmung weckt Assoziationen an christlichreligiöse Andachtsbilder. Im Kontrast zum etablierten Aufbau eines religiösen Andachtsbildes steht unterhalb der schwarzen Rahmung in einer schwarzen (dem „Antiqua“-Typus ähnlichen) Schrift der Name „Rodriguez“: der Name des Profiskaters, der durch dieses Stickerdesign repräsentiert wird. Auch die Art der Gestaltung weist Abweichungen vom gängigen Andachtsbild auf. Es scheint sich hier um eine flächig kolorierte, dunkel konturierte Zeichnung zu handeln. Obwohl durch zahlreiche dunkle Schraffierungen räumliche Plastizität angedeutet wird, erinnert diese gestalterische Methode eher an Comiczeichnungen als an traditionelle Andachtsbilder.

⁵¹² „101“©. Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 108f).

⁵¹³ Vgl. u. a. Guido Reni: Christus mit der Dornenkrone, um 1630/33, Öl a. L., 64,5 cm x 51,5 cm, Dorotheum, Wien.

Dieses Stickermotiv basiert auf dem Design eines Skatedecks und wurde vom Skater und Designer Natas Kaupas inspiriert. Ausgeführt wurde der gestalterische Auftrag jedoch von dem in der Skatekultur populären Designer Marc McKee.⁵¹⁴ Der repräsentierte Profiskater Gabriel Rodriguez, damals für das Label „101“ tätig, berichtet innerhalb eines Interviews, wie das Motiv für seine erste Boardgrafik (1991) gefunden wurde:

„To Gabriel Rodriguez, the board graphic world opened its door upon a biblical revelation. Not for him, but for his then-boss Natas Kaupas.

‚My mom is Catholic, he explains on the porch of the house he grew up in, in Mid City LA, ‚she had a huge mantle with Jesus on it. My room used to be on the back, so once Natas came over and had to walk through the house. When he saw that picture, he was like, ‚That is gonna be your first graphic.‘ I was like, ‚Really? Fuck yeah, no doubt!‘ I thought it was cool. I was a little more religious back then than I am now, so I was a little scared cause we were gonna be skating on, you know, desecrating the face or whatever.‘

Using his almighty compassion, Mr. Christ didn't seem to mind and led Gabriel to a quality vs. quantity-driven career, until a few life struggles confiscated it.“⁵¹⁵

Auch wenn es sich bei der akzeptierten Motivwahl mitunter um ein christliches Glaubensbekenntnis des werbenden Skaters handeln sollte, so erscheint der Autorin die Tatsache, unterhalb einer Christusdarstellung – gleichsam wie eine Beschriftung bzw. Betitelung des Bildes – den eigenen Namen zu positionieren, recht vermessen. Die etablierte, ikonografisch fundierte Motivik des „Christus mit Dornenkrone“ wird durch das Skatelabel adaptiert und dabei mit zusätzlichen szenespezifischen Inhalten befüllt. Beim szenefremdem

⁵¹⁴ Vgl. u. a. Kap. 3, Kap. 8. 4, Kap. 8. 5.

⁵¹⁵ Vgl. <http://memoryscreened.wordpress.com/2014/02/01/gabriel-rodriguez-we-got-away-with-pretty-much-most-of-it/>. Stand: 18.12.2014.

Betrachter kann und soll dieses Stickermotiv zu inhaltlichen Irritationen führen, da diesem kein Hinweis auf die Kontextualisierung in der Skateszene angeboten wird, die die offensichtlich irreführende Beschriftung erklären könnte.

8.1.5 „Santa Cruz“ Motiv: Maria Guadalupe

Die auf Abbildung 8. 1. 5. 1 (14 cm x 6 cm) dargestellte weibliche Figur kann u. a. aufgrund ihrer Attribute eindeutig als Marienfigur identifiziert werden. Sie trägt ein dunkelblaues Gewand (Tilma⁵¹⁶) mit goldener Borte. Einem traditionellen Marientypus entsprechend ist ihr Kopf zur Seite geneigt. Das Haar ist schwarz, die Augenlider sind demütig niedergeschlagen, die Hände zum Gebet gefaltet. Der Mantel ist mit goldenen Sternen verziert. Die darunter liegende rote Tunika⁵¹⁷ zeigt ein goldenes Blumenornament. Die Mariendarstellung ist von einem Strahlenkranz umgeben, der aus goldenen Strahlen und schwarzen Flächen besteht. Die Madonna steht auf einer schwarzen Mondsichel⁵¹⁸, zu Füßen der Figur zeigt sich eine kleine Gestalt, die ein geschwungenes Spruchband präsentiert, auf dem der Name „JASON JESSEE“ zu lesen ist. Die Gestalt wird innerhalb kunstwissenschaftlicher Bildtraditionen, bedingt durch ihre Position, Größe und die Tatsache, dass es sich um ein geflügeltes Wesen handelt, üblicherweise als eine Engelsfigur bezeichnet. Auch die flächenhafte Verwendung der Farbe und der übermäßige Einsatz schwarzer Farbe (insbesondere an Mariens Strahlenkranz) würden eine Zuordnung zum ikonografisch fundierten Typus⁵¹⁹ der Maria Guadalupe⁵²⁰ be-

⁵¹⁶ Bäumer/Scheffcryk 1991. S. 39.

⁵¹⁷ Vgl. Kindler 2004 [1964]. S. 462.

⁵¹⁸ Sachs/Badstübner/Neumann 2004. S. 267.

⁵¹⁹ Vgl. Haarmann 2005. S. 81.

⁵²⁰ „Außerordentlich bedeutsam für die kulturelle, rel., politische und soziale Entwicklung Mexikos sollte jedoch das als »Acontecimiento Guadalupano« bekannte G.-Ereignis [Guadalupe-Ereignis] werden, das bis heute fortwirkt und Kirche und Religion des Landes maßgeblich beeinflusst: Viermaliges Erscheinen (9.-12.12.1531) der GM [Gottesmutter] von G [Guadalupe] auf dem nördlich von der ehemaligen aztekischen Hauptstadt gelegenen Hügel

günstigen.⁵²¹ Der Typus der sogenannten Maria Guadalupe geht auf die Legende einer Marienerscheinung im Jahr 1531 zurück. Die Erscheinung des inzwischen sehr populären Gnadenbilds hatte bedeutsamen Anteil an der Ausbreitung des katholischen Glaubens⁵²² in Lateinamerika.⁵²³ Ohne ein Wissen um die notwendige Kontextualisierung dieses Motivs innerhalb der Skateszene könnte die öffentliche Präsentation dieses Motivs (z. B. auf einer Stoßstange) vom skatekulturexternen Betrachter durchaus als Glaubensbekenntnis aufgefasst werden.

Jason Jesse, der Profiskater, für den dieser Sticker entwickelt wurde, kann als eine der polarisierendsten Personen des Skatesports beschrieben werden. Er ist bekannt für seinen provokativen Lebenswandel und zelebriert diesen im öffentlichen Leben bzw. innerhalb diverser TV-Formate. Die Aufzeichnungen dokumentieren ein facettenreiches Sammelsurium zahlreicher sexistischer, rassistischer und blasphemischer Aussagen und Verhaltensweisen.⁵²⁴ Seine Biografie im Format eines Filmes trägt den markanten Titel „Pray for me“⁵²⁵ und provoziert den Zuschauer bereits während des Trailers: Waffen-

Tepeyac, der heute zum Stadtgebiet Mexikos gehört; die an den Visionär, den getauften Nahua-Indio Juan Diego ergangene und von diesem an den Bischof [...] übermittelte Botschaft [...] Die Einprägung des Gnadenbildes ULF [Unsere Liebe Frau] von G. [Guadalupe] in den Umhang (Tilma) des Juan Diego [...] Die Herkunft des Gnadenbildes – ein Bild ähnlich einer Immaculata-Darstellung: mit dem Mond unter den Füßen und von Sonnenstrahlen umkleidet – ist in seinem »übernatürlichen« Ursprung und in der Material-Zusammensetzung noch nicht geklärt, obgleich es wiederholt untersucht wurde [...] Die Tunika der GM [Gottesmutter] ist mattrot [...] Die Tunika ist mit Ornamenten verziert, die aufbrechende Blumen darstellen mit einem überaus dicken und breiten Stengel [...] Der Mantel der GM [Gottesmutter] ist blau-grün [...] Die Figur der GM [Gottesmutter] wird von einem Engel auf den Schultern getragen. In: Bäumer/Scheffcryk 1991. S. 38ff.

⁵²¹ Vgl. Johnston 2008 [1986].

⁵²² Bäumer/Scheffcryk 1991. S. 37.

⁵²³ Kruij 2013. S. 166.

⁵²⁴ Auf der Homepage zum Video sind außerdem einige eindeutig blasphemisch zu interpretierende Zeichnungen des Skaters zur Ansicht eingestellt. Vgl. <http://www.jasonjesseemovie.com/gallery.html>. Stand: 20.06.2012.

⁵²⁵ Vgl. <http://www.jasonjesseemovie.com/>. Stand: 20.06.2012

liebhaber Jessee versucht, ein freilaufendes Huhn zu erschießen. Jessee wurde bereits als Jugendlicher zu einem Star der Skateszene. Auf „YouTube“ kann ein Re-Issue Video⁵²⁶ angeschaut werden, welches die Wiederauflage dieses Motivs⁵²⁷ ankündigt. Relativ unpassend zur Symbolbedeutung des Gnadenbildes zeigt sich Jessee dazu bei Schießübungen in den Bergen. Aufgrund des erzeugten Negativimages ist davon auszugehen, dass es sich um eine ironische Verwendung des religiösen Motivs handelt bzw. in Kombination mit dem Filmtitel um eine Persiflage der christlich konnotierten Tradition der Fürbitte.

Wie bei dem vorhergehenden Sticker handelt es sich um die Verwendung bzw. Adaption eines ikonografisch etablierten und christlichen Motivs. Die Funktion der Motivverwendung erscheint hier jedoch divergent: Während Rodriguez mit dem Motiv auch seine Religiosität ausdrücken möchte, scheint Jessee das populäre Motiv der Schutzheiligen im Sinne einer ironischen Provokation zu verwenden.

8.1.6 „Santa Cruz“ Motiv: Neptun

Abbildung 8.1.6.1 zeigt einen Sticker, der 1988 von Jim Phillips⁵²⁸ entworfen wurde⁵²⁹. Dieses Stickermotiv wurde in verschiedenen Größen publiziert. Das im Stickerkorpus dokumentierte Exemplar umfasst ca. 17 cm x 13 cm. In dem für Jim Phillips charakteristischen Designstil, der sich u. a. durch leuchtende Farbgebung, dynamisierten Linienduktus und den Einsatz dunkler Konturen auszeichnet, eröffnet sich dem Betrachter die Bildszene einer Unterwasserwelt. Im Bildzentrum thront eine männliche, muskulöse Figur mit blau kolorierter Hautfarbe. Die weißen Haare und der Bart sind dynamisch, nahezu ornamental dargestellt und ähnlich eines Strahlen-

⁵²⁶ Vgl. <http://www.youtube.com/watch?v=kGMRcOKVvKQ>. Stand: 20.06.2012.

⁵²⁷ Auf Boards, Stickern, T-Shirts etc.

⁵²⁸ Vgl. Kap. 6. 9.

⁵²⁹ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 112f).

kranzes angeordnet. Durch die dunklen Augen und zusammengezogenen Augenbrauen entsteht ein grimmiger und wehrhafter Gesichtsausdruck. Mit der rechten Hand umfasst die Figur einen Dreizack. Neben der Darstellung einer Unterwasserszene in Kombination mit der herrschaftlich wirkenden Figur kann vor allem dieses eindeutige Attribut des Dreizacks dazu beitragen, die Figur als Darstellung eines Neptuns⁵³⁰ bzw. Poseidons zu identifizieren. Neptun thront auf einem mittels dunkler Farben dargestellten Gebilde. Da an diesem u. a. seitlich Türme mit charakteristischen Zinnen eingezeichnet sind, entstehen Assoziationen an mittelalterliche Burgen. Eine große, rosa Muschelhälfte fungiert als Lehne und ist hinter der Figur positioniert. Ähnlich der Darstellungsweise eines Spruchbandes (in S-Form), windet sich eine gelbe Schlange mit Drachenkopf von oben nach unten durch den Bildvordergrund. Auf dem Körper dieses Wesens ist in abstrahierten Buchstaben der Skatername Jason Jessee zu erkennen. Zu Füßen des Neptuns windet sich eine große Krake, deren grüne Tentakel ineinander verschlungen sind. Unterhalb dieser Krake ist in roter Schrift der Labelname „SANTA CRUZ“ eingezeichnet. Das Bildmotiv ist mit weiteren Details, wie etwa Algen, kleinen Fischen, Totenschädeln oder im Bildraum eingezeichneten Luftblasen, ausgeschmückt.

Jason Jessee spricht in „Disposable“ selbst über die Entstehung dieses Stickermotivs:

„In 1988 I wanted to get this whole ocean scene on my back, and I got the first tattoo from Mark Mahoney. Then I went to NHS and they're like ‚Okay, you get a board. You got any ideas for graphics?‘ I'm like, ‚Holy Shit! No, but my back is all tatted.‘ Well, I had one tattoo on my back, so Jim Phillips came over to NHS, and I showed him my back. He said, ‚Great, jump up on the copy machine. We'll copy your back and go from

⁵³⁰ Die mythologische Figur wird innerhalb der Skateszene als Neptun bezeichnet (vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 165). Deshalb wird diese römische Bezeichnung auch innerhalb dieser Arbeit übernommen, obwohl auch die griechische Namensgebung (Poseidon) anwendbar wäre.

there.' He was very cool and didn't fuck around. So they sent me some sketches, and it was great."⁵³¹

Die Idee für dieses mythologische Motiv basiert folglich auf den persönlichen Vorlieben des Profiskaters. Aus dem von Jessee gewählten Tätowierungsmotiv wurde ein Skatesticker (bzw. zunächst ein Skatedeck) entwickelt, welcher die Motivik der traditionellen, aus der Kunst bekannten Mythologie (bzw. Ikonografie) aufgreift. Zahlreiche Motive und Figuren aus der traditionellen Mythologie sind gemeinhin bekannt, durch ihr fortwährendes Auftreten im sogenannten kulturellen Gedächtnis⁵³² verhaftet. Phillips schöpft mit seinem Design folglich aus einem etablierten Bildkorpus. Er erfindet (zumindest hier) keine neue Bildmotivik, sondern er entwirft eine individuelle Interpretation einer etablierten Bildmotivik. In diesem Fall dokumentiert die Aussage von Jessee gar einen mehrstufigen Adaptionprozess: Jessee adaptiert ein Motiv der antiken Mythologie als persönliches Tätowierungsmotiv. Dieses Motiv wurde wiederum von Jim Phillips adaptiert, um ein Sticker- bzw. Deckmotiv zu entwickeln.

8.1.7 „Santa Cruz“ Motiv: Nixe

Auch Abbildung 8.1.7.1 zeigt einen Sticker des Labels „Santa Cruz“.⁵³³ Das Format der Grundfläche entspricht den unregelmäßigen Rändern des Motivs (ca. 12 cm x 8 cm). Auf weißem Grund ist eine weibliche Fantasiegestalt dargestellt. Aufgrund des charakteristischen Fischeschwanzes kann die Figur als die mythologische Gestalt einer Meerjungfrau bzw. einer Nixe identifiziert werden. Das menschliche, filigran erscheinende Gesicht ist zur Seite geneigt und

⁵³¹ Cliver 2014 [2004]. S. 163.

⁵³² Vgl. Kap. 8. 1. 2 bzw. Assmann 2007 [1992].

⁵³³ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 113f).

von blondem, üppig wallendem Haar umgeben. Die Arme sind zu einer tänzerisch anmutenden Geste erhoben. Die Brust wird von einem gelben Spruchband verdeckt, das sich um den Körper der Figur windet. Auf diesem ist wie auf Abbildung 8.1.6.1 der Name „JASON JESSEE“ abzulesen. Unterhalb des grünen, geschwungenen Fischschwanzes ist in hellblauer Schrift der Labelname „SANTA CRUZ“ positioniert.

Durch die leuchtende Farbgebung, die dunklen Konturen, die an die Gestaltungsweise von Comics erinnern, könnte zunächst geschlussfolgert werden, es handle sich um ein weiteres, von Jim Phillips gestaltetes Motiv. Dieses Motiv wurde jedoch von seinem Angestellten bzw. Schüler⁵³⁴ Johnny „Mojo“ Munnerlyn entworfen. Johnny „Mojo“ Munnerlyn berichtet, dass gemeinsam nach einem weiteren „Santa Cruz“-Motiv gesucht wurde, welches Jessee als Profiskater repräsentieren sollte. Jason Jessee schlug in diesem Zusammenhang selbst vor, das Neptunmotiv (vgl. Abb. 8.1.6.1) wiederaufzugreifen. Munnerlyn verwendete das bereits publizierte Deck- und Stickermotiv als Vorlage und applizierte zunächst weitere Details, wie z. B. Tätowierungen auf den Armen der mythologischen Figur. Während dieses Prozesses entstand die Idee, der Bildszene eine weitere Figur hinzuzufügen: eine Meerjungfrau. Dieses Motiv wurde später aus dem Motivkomplex herausgelöst und als eigenständiges Motiv publiziert. Munnerlyn erläutert:

„The thing I came up with was doing a mermaid for the tail art. Jason really liked it – he even got the mermaid tattooed on his leg – and we made the mermaid a decal and T-Shirt.“⁵³⁵

⁵³⁴ „He [Jim Phillips] hired several other young artists around that time because there was getting to be too much Santa Cruz work for him to handle. I really enjoyed working with him. He was my art hero at the time, so it was the ultimate dream job. Just getting to see him do his work was amazing. We all looked up to him and were big fans of his Santa Cruz graphics.“ In: Cliver 2014 [2004]. S. 164.

⁵³⁵ Cliver 2014 [2004]. S. 164.

Dieses Zitat belegt, dass dieses Stickermotiv ebenfalls durch eine Tätowierung von Jesse inspiriert wurde. Diese, in einer fantastischen Unterwasserwelt zu verortenden Figuren treten auch im Bereich der Kunst wiederholt als Bildmotive auf.⁵³⁶

Bei einer vergleichenden Betrachtung dieser Sticker mit mythologischen bzw. ikonografischen Motiven (Abb. 8.1.5.1–8.1.8.1), kann festgehalten werden, dass die Designer des Labels „Santa Cruz“ in der Kunst etablierte Bildmotive, insbesondere die Darstellung mythologischer Gestalten, als Motive adaptieren. Bemerkenswert ist, dass eben diese Sticker – die prinzipiell als Werbeträger fungieren sollen – aufgrund der dezenten bzw. teilweise versteckten Integration des Labelnamens auf einen ersten, flüchtigen Blick kaum dem werbenden Label zugeordnet werden können. Diese Methode bzw. Raffinesse zeugt von einem ausgeprägten Selbstbewusstsein der Marke, denn diese Gestaltungsweise impliziert, dass die Sticker auch ohne eine dominante und plakative Präsentation des Labelnamens von Skatern wiedererkannt und zugeordnet werden können.

8.1.8 „Santa Cruz“ Motiv: Sonnengott

Abbildung 8.1.8.1 wurde ebenfalls 1988 von „Santa Cruz“ publiziert.⁵³⁷ Das dokumentierte Belegexemplar ist für einen Skatesticker ungewöhnlich groß (ca. 19 cm x 15 cm). In der Skate-szene hat dieses Design einen derart herausragenden Status, dass sich sogar ein eigener Bildtitel für das Motiv etabliert hat: „Sun God“.⁵³⁸ Der Bildtitel deutet bereits auf das dargestellte Motiv hin:

⁵³⁶ Ein zwischenzeitlich selbst in der Populärkultur relativ bekanntes Beispiel wäre John William Waterhouses „Die Meerjungfrau“ (Vgl. John William Waterhouse: Die Meerjungfrau, 1900, 98 cm x 66 cm, Öl a. L., Royal Academy of Arts, London).

⁵³⁷ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 111f).

⁵³⁸ Vgl. u. a. Cliver 2014 [2004]. S. 163.

Der Bildbetrachter wird mit dem (nahezu das Format ausfüllenden) Haupt eines Sonnengottes konfrontiert. Im Bildzentrum befindet sich ein männliches Gesicht mit grimmig wirkendem Gesichtsausdruck.⁵³⁹ Die Haare und der üppige Bart verästeln sich ornamentartig ringsum das Gesicht zu einer Art Strahlenkranz. Durch den Einsatz der leuchtenden und ausdrucksstarken Orange- und Rottöne in Kombination mit einem sehr dynamischen und bewegten Linienduktus wirkt das Motiv, als sei es aus Flammen modelliert.

In einem Schrifttypus, der Comics oder auch Graffitizeichnungen ähnelt, ist unten rechts im Bild der Labelname „SANTA CRUZ“ zu lesen. Erst nach detaillierterer Betrachtung ist zu erkennen, dass sich in abstrahierten Buchstaben die Worte „JASON JESSEE“ in der dynamischen Struktur des Bartes verbergen.

Wie bei den zuvor gezeigten Abbildungen, die den Profiskater Jason Jessee repräsentieren, bietet das Motiv dem Skatekulturfremden kaum einen Hinweis auf die Kontextualisierung im Skatesport. Allein die Beschriftungen können einen Verweis auf die Skateszene anbieten. Somit kann auch nur ein Bildbetrachter, der mit der Szene bzw. den Namen der Labels vertraut ist, die intendierte Werbewirkung dieses Stickers erfassen.

Offensichtlich hat Jim Phillips auch hier ein Motiv adaptiert, das aus dem Bereich der Mythologie bekannt ist. Das Bildsujet eines Sonnengottes findet sich nicht nur in der europäischen Kunst wieder, sondern tritt innerhalb verschiedenster Kulturen und Religionen auf. Die Art der Darstellungsweise kann abweichend sein, dennoch handelt es sich jeweils um Verkörperungen und Darstellungen einer, die Sonne symbolisierenden Gottheit: Die Inka verehrten die Gottheit Inti; im Hinduismus wird das kulturgeschichtlich relevante Motiv als Gottheit Surya bezeichnet; im europäischen Raum ist die römische Gottheit Sol etabliert etc.

Das kulturgeschichtlich fundierte Bildmotiv wird von dem Skatedesigner Phillips aufgegriffen und durch seine individuelle Interpretation um die Inhalte der Skateszene ergänzt. Bereits die zuvor gezeigten Sticker (vgl. Kap. 8.1.5, Kap. 8.1.6, Kap. 8.1.7)

⁵³⁹ Beim Vergleich dieses Gesichts mit der auf Abb. 8.1.6.1 präsentierten Figur fällt eine deutliche Ähnlichkeit der Gesichtszüge und des Gesichtsausdruckes auf.

belegen, dass Jason Jessee um 1988 eine eklatante Vorliebe für mythologische und ikonografische Motive aufwies.

In der Ausgabe des „Thrasher“-Magazins vom Januar 1990 lässt sich ein Beitrag über das Thema Tätowierungen finden.⁵⁴⁰ In diesem Zusammenhang präsentiert auch Jason Jessee seine bis dato applizierten Tätowierungen. Auf seiner rechten Schulter ist die Tätowierung eines Sonnensymbols zu erkennen. Auch dieses Motiv formt sich aus einem Gesicht, das von einem Strahlenkranz umgeben ist. Obwohl der Designstil der Tätowierung abweichend ist, kann geschlossen werden, dass höchstwahrscheinlich auch dieses Stickermotiv von Jessees Tätowierungen inspiriert wurde.

Durch die Kombination von Jessees Status als Profiskater mit Jim Phillips' individueller Interpretation im Stile eines Comics, wurde dieses Motiv innerhalb der Szene derart populär, dass in den letzten Jahren einige Wiederauflagen und Sondereditionen⁵⁴¹ des Motivs publiziert wurden. Der ehemalige Profiskater Bod Boyle (bürgerlicher Name: Steve Douglas) bestätigt in „Skatestickers“:

„There are certain stickers that were like gold.
For me it was always the ‚Jason Jesse‘ [sic]
stickers: the ‚Sun God‘ is an all-time classic!“⁵⁴²

8.1.9 „Volcom“ Motiv: Landschaft

Die Grundfläche des auf Abbildung 8.1.9.1 gezeigten „Volcom“-Stickers⁵⁴³ ist clear⁵⁴⁴. Seine Größe umfasst ca. 7 cm x 13 cm. Mittels

⁵⁴⁰ Vgl. http://www.thrasher magazine.com/imagesV2/Burnout/2013/Magazine_1990/January_1990/TH0190Jan1990p74-75_800t.jpg. Stand: 14.01.2016.

⁵⁴¹ Vgl. <http://shop.neokeltic.de/de/Sonstiges/Tech-Deck-Collector-Series-Jason-Jessee-Tiger-1988>. Stand: 20.06.2012.

⁵⁴² Munson/Cardwell 2004. S. 140.

⁵⁴³ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 116f).

schwarzer und weißer Farbgebung entsteht auf der durchsichtigen Grundfläche des Stickers das Motiv einer Baumgruppe. Insgesamt sind sechs, zunächst kahl erscheinende, gedungen wirkende Bäume auf dem Sticker angeordnet. Durch die deutlich variierenden Größen der Bäume und die um die Baumwurzeln eingezeichneten schwarzen Flächen bzw. in diesem Kontext als Schattierung zu interpretierenden Flächen, entsteht ein Bildraum bzw. eine zentralperspektivische Wahrnehmung der Baumgruppe durch den Bildbetrachter. Die Bäume wirken wie eine grafische Zeichnung. Die gewundenen Stämme und die sich dynamisch verästelnden Baumkronen sind schwarz konturiert. Diese sind jeweils mit weißer Farbe koloriert. Bei detaillierter Betrachtung fällt auf, dass in den (zunächst kahl erscheinenden) Baumkronen blattähnliche Strukturen eingezeichnet wurden. Es handelt sich dabei jedoch um Miniaturen des „Volcom“-Signets⁵⁴⁵, die anstelle von Blättern oder Früchten in den Baumkronen drapiert sind. Links oben im Bild befindet sich ein abstrahiertes, sonnenartiges Symbol. Es hat ein weißes, annähernd rundes Zentrum, das von schwarzen, strahlenartig angeordneten Spitzen umgeben ist. Rechts neben diesem Symbol befindet sich ein kleiner weißer Kreis, in dem ebenfalls der „Volcom Stone“⁵⁴⁶ eingezeichnet ist.

Grundsätzlich kann dieses Stickermotiv als eine Variation des für „Volcom“ typischen Designstils⁵⁴⁷ aufgefasst werden (u. a. grafisch reduzierter Stil, Konzentration auf Schwarz-Weiß-Kontraste, häufiger Einsatz durchsichtiger Stickergrundflächen).

Sofern der Bildbetrachter jedoch mit Vincent van Goghs Malerei vertraut ist, könnte sich ein weiterer Interpretationsansatz eröffnen: Obwohl der „Volcom“-Sticker im Gegensatz zu van Goghs expressiver Farbigkeit nur mittels schwarzer und weißer Farbe konzipiert wurde, scheint es, als würden sich im Design des Stickers markante Elemente aus Vincent van Goghs Werken widerspiegeln. Die auf dem Skatesticker gedungenen dargestellten Bäume wecken (u. a. durch ihre dynamisierte Darstellungsweise und ihre versetzte Anordnung

⁵⁴⁴ Sticker werden als „clear“ bezeichnet, wenn sie auf transparenter Folie gedruckt sind.

⁵⁴⁵ Vgl. Kap. 6. 8.

⁵⁴⁶ Vgl. Kap. 6. 8.

⁵⁴⁷ Vgl. Pacht 2007. S. 130ff.

auf dem Sticker) Assoziationen an die von van Gogh (vorwiegend während seines Aufenthalts in Saint-Rémy-de-Provence) erschaffene Bilderreihe, in der er sich mit dem Motiv der Olivenbäume bzw. Olivenhaine befasste. Wird eine vergleichende Bildanalyse zwischen van Goghs Serie und diesem Skatesticker – im Sinne Warburgs – durchgeführt, so offenbaren sich anhand einzelner Werke tatsächlich konkrete Ähnlichkeiten.

Im Vergleich mit van Goghs „Olivenhain“⁵⁴⁸ (F 585) fällt insbesondere beim dritten Olivenbaum von links (bei „Volcom“ der zweite Baum von links) die Ähnlichkeit der gedrungenen Formgebung (entsprechend einer S-Form) des Baumstammes auf.⁵⁴⁹ Ähnlichkeiten bezüglich der Formgebung zeichnen sich ebenso zwischen diesem, also bei „Volcom“ zweitem von links dargestelltem Baum, und dem auf „Olivenbäume“⁵⁵⁰ (F 712) ganz links im Bildraum dargestellten Olivenbaum ab.

Der auf dem „Volcom“-Sticker in der rechten Bildhälfte positionierte Baum (fünfter Baum von links) weist, durch seine spezielle Formgebung der sich in zwei massive Äste teilenden Baumkrone, wiederum Ähnlichkeiten mit dem auf van Goghs „Olivenhain“⁵⁵¹ (F 707, als zweiten von rechts) dargestellten Olivenbaum auf.

Auf „Olivenbäume mit gelbem Himmel und Sonne“⁵⁵² (F 710) bezieht van Gogh die für seine Bilder charakteristische Sonne mit in die Bildkomposition ein. Das Sonnensymbol wird auch im Design des Skatestickers aufgegriffen.

Unter Zuhilfenahme dieses im Vergleich betrachteten Bildbeispiels (vgl. F 710) kann außerdem darauf aufmerksam gemacht werden, dass selbst die bei van Gogh typischerweise in eher dunklerem

⁵⁴⁸ Vgl. Vincent van Gogh: Olivenhain (F 585), 1889, Öl a. L., 72 cm x 92 cm, Rijksmuseum Kröller-Müller, Otterlo (vgl. de la Faille 1939. S. 489).

⁵⁴⁹ Bei vergleichender Betrachtung fällt außerdem auf, dass auch der „Volcom“-Designer, wie bereits van Gogh, mit dem Einsatz schwarzer Konturen arbeitet.

⁵⁵⁰ Vgl. Vincent van Gogh: Olivenbäume (F 712), 1889, Öl a. L., 72,5 cm x 92 cm, Museum of Modern Art, New York (vgl. de la Faille 1939. S. 438).

⁵⁵¹ Vgl. Vincent van Gogh: Olivenhain (F 707), 1889, Öl a. L., 73 cm x 92 cm, Van Gogh Museum, Amsterdam (vgl. de la Faille 1939. S. 440).

⁵⁵² Vgl. Vincent van Gogh: Olivenbäume mit gelbem Himmel und Sonne (F 710), 1889, Öl a. L., 73,7 cm x 92,7 cm, The Minneapolis Institute of Arts, Minneapolis (vgl. de la Faille 1939. S. 440).

Duktus gehaltenen, dynamischen Schattierungen des Bodens⁵⁵³ in der Bildkomposition des Skatestickers auftreten. Auf dem Skatesticker wird der bei van Gogh farbig bewegte Duktus auf schwarze Farbflächen reduziert.⁵⁵⁴

Nach Sammlung dieser mitunter markanten Analogien muss geschlussfolgert werden, dass das Design dieses Stickers auf einer motivischen, wenn auch variierten Adaption von Vincent van Goghs Bildern beruht. Collageartig wurden mehrere Bild- und Kompositionselemente aus van Goghs Serie (mit dem Sujet der Olivenbäume) zu einem Skatestickermotiv zusammengesetzt.

Es kann vermutet werden, dass sich der Designer während des Skizzierens des Stickersmotivs von einem der – weitverbreiteten – Bildbände über van Goghs Schaffen in Saint-Rémy-de-Provence inspirieren ließ.

Diese These, dass hier eine Methodik angewendet wurde, bei der Werke und Bildbände der Kunst als direkte Inspirationsquelle für Stickerdesigns genutzt werden, wird durch die Tatsache gefestigt, dass sie in Bezug auf andere Labels bereits durch die Designer selbst belegt wurde.⁵⁵⁵ Bei dieser motivischen Adaption könnte es sich sogar um eine – wenn auch vermutlich von den meisten Skatern unbemerkte – Hommage an van Goghs Schaffen handeln.

Dies, obwohl auf die Darstellung bzw. auf den Hinweis des eigentlichen Werbeinhaltes des Stickers nicht gänzlich verzichtet wurde. Schließlich präsentieren die innerhalb der Baumgruppe dargestellten Bäume statt der Blätter oder Früchte das Signet des Labels.

Leider konnte selbst Micha Fluck⁵⁵⁶, der Produktionsvertriebsleiter des Labels in Deutschland, nicht rekonstruieren, welcher Kreative innerhalb des „Volcom Art Department“⁵⁵⁷ dieses Stickersmotiv konzipiert hat. Insofern kann auch nicht an diesen herangetreten werden,

⁵⁵³ Diese sind auch auf F 707 gut erkennbar.

⁵⁵⁴ Vgl. Vincent van Gogh: Olivenhain (F 586), 1889, Öl a. L., 74 cm x 93 cm, Göteborg Kunstmuseum, Göteborg (vgl. de la Faille 1939. S. 448).

⁵⁵⁵ Vgl. Kap. 8. 5.

⁵⁵⁶ Interview mit Micha Fluck am 21.02.2006. Vgl. Kap. 6. 8.

⁵⁵⁷ Vgl. Kap. 6. 8.

um die These der konkreten, motivischen Adaption durch den Kreativen selbst verifizieren zu lassen.

Ein weiterer Sticker desselben „Volcom“-Stickersheets könnte u. U. als ergänzender Beleg zur Verifizierung des oben genannten Interpretationsansatzes angeführt werden (vgl. Abbildung 8.1.9.2).⁵⁵⁸ Wird diese Abbildung (ca. 8,5 cm x 6,5 cm) im Vergleich mit van Goghs Werken, die während seines Aufenthaltes in Saint-Rémy-de-Provence entstanden sind, betrachtet, so könnten auch bei diesem Stickerexemplar u.U. motivische Analogien herausgearbeitet werden. Im Zentrum des (ebenfalls in Schwarz und Weiß konzipierten) Stickermotivs ist ein relativ grob gerasterter Bildausschnitt positioniert, auf dem die Nahaufnahme eines einzelnen menschlichen Auges zu sehen ist⁵⁵⁹, welches den Bildbetrachter direkt anblickt. Unterhalb des Ausschnittes ist ein kleiner „Volcom Stone“ (vgl. Kap. 6. 8) abgebildet. Direkt daneben kann die etablierte, verbalisierte Bezeichnung des Signets „VOLCOM STONE“ abgelesen werden.

Aufschlussreich für den vorliegenden Forschungsfokus könnte jedoch vorwiegend der größtenteils durch den vorderen Bildausschnitt verdeckte grafisch gestaltete Bildhintergrund sein. Bei einer, wie bereits beim vorhergehenden Sticker durchgeführten, vergleichenden Bildbetrachtung dieses „Volcom“-Stickers mit Vincent van Goghs Arbeiten während seines Aufenthaltes in Saint-Rémy-de-Provence könnten u.U. motivische Analogien zwischen diesem Stickermotiv und dem von van Gogh (ähnlich häufig wie die Olivenbäume oder die Zypressen) als Motiv aufgegriffenen Feldes (welches an den Anstaltsgarten angrenzte) festgestellt werden. Dies allerdings nur dann, wenn ein Bildbetrachter den im Vordergrund des Motivs gezeigten Bildausschnitt gedanklich ausblendet und allein den Bildhintergrund betrachtet. Unter dieser Voraussetzung könnte die sich durch Flächenkontraste abzeichnende, nahezu rechteckige Form als motivische Adaption des sogenannten um-

⁵⁵⁸ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 117f).

⁵⁵⁹ Aus demselben „Volcom“-Stickersheet von 2006 geht auch Abbildung 8.2.8.1 hervor, die ebenfalls ein menschliches Organ (hier einen Mund) als zentrales Bildmotiv aufweist.

friedeten Feldes aufgefasst werden.⁵⁶⁰ Wie bei den meisten von van Goghs Variationen dieses Motivs zeigt auch die auf dem Skatesticker im oberen Bilddrittel eingefügte Horizontale einen leichten diagonalen Anstieg nach rechts oben. Die rechts oben im Bild positionierte schwarze Fläche (in der Form eines Halbkreises) könnte als das von van Gogh wiederholt dargestellte Sonnensymbol aufgefasst werden.⁵⁶¹

Es scheint, als sei die runde Form an ihrem unteren Ende durch die ansteigende Diagonale überlagert, sodass es sich u. U. um die Darstellung einer am Horizont auf- oder absteigenden Sonne handeln könnte. Ausgehend von einem nicht sichtbaren (hinter dem Auge liegenden) Zentrum erscheinen im übrigen oberen Bilddrittel schwarze Linien, die wie ein Strahlenkranz angeordnet sind. Auch wenn van Gogh einen gänzlich anderen Duktus verwendete, ist die bildliche Darstellung von Sonnenstrahlen (bzw. Lichtstrahlen) geradezu charakteristisch für van Goghs Malerei.⁵⁶² Links neben der schwarzen Scheibe positioniert, erscheint auf dem Skatesticker eine sehr kleine, rechtwinklige Form, die sich aus zwei kurzen schwarzen Linien zusammensetzt. Im Kontext der vergleichenden Bildbetrachtung mit van Goghs Interpretationen dieses Motivs könnte es sich bei dieser Form sogar um eine abstrahierte Darstellung des, von van Gogh zumeist in diese Bilder eingearbeitete Darstellung des nahe am Feld gelegenen, kleinen Hauses handeln.⁵⁶³

Da die kompositorischen und gestalterischen Ähnlichkeiten jedoch weniger markant als bei Abbildung 8. 1. 9. 1 erscheinen, und da der Bildausschnitt mit dem Auge als dominanteres Bildzentrum

⁵⁶⁰ Vgl. Vincent van Gogh: Umfriedetes Feld mit jungem Korn bei Sonnenaufgang (F 737), 1889, Öl a. L., 71 cm x 90,5 cm, privat (vgl. de la Faille 1939. S. 508).

⁵⁶¹ Vgl. Vincent van Gogh: Umfriedetes Feld mit jungem Korn bei Sonnenaufgang (F 737), 1889, Öl a. L., 71 cm x 90,5 cm, privat (vgl. de la Faille 1939. S. 508).

⁵⁶² Vgl. Vincent van Gogh: Umfriedetes Feld mit jungem Korn bei Sonnenaufgang (F 737), 1889, Öl a. L., 71 cm x 90,5 cm, privat (vgl. de la Faille 1939. S. 508).

⁵⁶³ Vgl. Vincent van Gogh: Neusaat im Regen (F 650), 1889, Öl a. L., 73,5 cm x 92,5 cm, Collection Henry P. McIlhenny, Philadelphia (vgl. de la Faille 1939. S. 452.)

anerkannt werden muss, wird davon abgesehen, dieses Stickerbeispiel als eigenständiges Belegexemplar in der Kategorie der motivischen Kunstadaptionen anzuführen. Die, wenn auch bei diesem Beispiel weniger manifesten, motivischen Analogien erhärten trotzdem den Verdacht, dass sich dieser anonyme Designer während oder auch vor der Konzeption der Stickermotive detailliert mit Vincent van Goghs Arbeiten auseinandergesetzt haben muss. Aufgrund seiner Gestaltungsweise könnte das Motiv außerdem Stickern zugeordnet werden, die den künstlerischen Stil der Pop-Art adaptieren (vgl. Kap. 8. 2. 5, Kap. 8. 2. 6).

8.2 Stilistische Adaptionen aus dem Bereich der Kunst

Im folgendem Kapitel werden Skatesticker analysiert, die als Bildbelege für Adaptionen eines künstlerischen Stils dienen.⁵⁶⁴ Die Filterfrage zur Kategorisierung eines Stickers lautet: Wurde beim Design des Skatestickers ein in dem Bereich der Kunst etablierter Gestaltungsstil adaptiert? Gemeint ist damit, die Anwendung einer Adaptionemethode, bei der künstlerische Stile bzw. spezifische Gestaltungsmethoden einer Kunstepoche, einer Kunstströmung oder eines Einzelkünstlers in der Stickergestaltung eingesetzt bzw. nachgeahmt werden (wie z. B. ein spezifischer Duktus oder ein markant kontrastierender Einsatz von Farbflächen).

⁵⁶⁴ Bickelhaupt bezeichnet diese Methode der Adaption als Stilzitat: „Um ein ‚Stilzitat‘ handelt es sich, wenn ein Kunstwerk erstellt wird, bei dem offensichtlich ist, dass der Stil eines Künstlers nachgeahmt wird. Ein Kunstwerk wird also nicht kopiert, sondern mit dem charakteristischen Motiv- und Kompositionsrepertoire eines bestimmten Künstlers wird ein anderes Werk geschaffen.“ In: Bickelhaupt 2005. S. 199.

8.2.1 „Alien Workshop“ Motiv: Figur

Der nun folgende Sticker⁵⁶⁵ (Abb. 8.2.1.1) ist hochformatig und umfasst ca. 15 cm x 6 cm. Vor einem weißen Hintergrund setzt sich aus schwarzen Linien und Flächen das Motiv einer skurril wirkenden Gestalt zusammen: In der runden Aussparung ihres (mit schwarzen Flecken verzierten) Kopfes posiert in lässiger Körperhaltung – wie bei einem Bühnenauftritt – eine kleine Figur, die eine Zipfelmütze trägt. Aus der Schulter erwächst in holzschnitthaftem Gestaltungsduktus die Figur eines vogelartigen Wesens. Auf der Brust der zentralen Halbfigur erscheint eine weitere Comicgestalt, die auf einem lebenden Kegel (ein geduckter Kegel mit Extremitäten und eingezeichnetem Gesicht) Gitarre zu spielen scheint. Auch dieser musizierenden Figur scheint ein vogelartiges Wesen aus der Schulter herauszuwachsen. Diese, dem zentralen Motiv auf der Brust applizierte, zusätzliche Bildszene wächst (u. a. an den Schultern) sogar über die Körperkonturen der zentralen Figur hinaus.

Unterhalb des bizarren Bildmotivs sind in weißen, schwarz konturierten Kleinbuchstaben die Worte „rob dyrdek“ abgedruckt. Dabei handelt es sich um den Profiskater, für den dieser Sticker wirbt. Auf die Integration eines werbenden Labelnamens wird in diesem Design vollkommen verzichtet. Erst Recherchen ergaben, dass dieses Stickerdesign von „Alienworkshop“⁵⁶⁶ in Auftrag gegeben wurde.

Aus der Bildbeschreibung geht hervor, dass es sich um ein fiktives und surrealistisches Motiv handelt. Als surrealistisch kann es bezeichnet werden, da dieses Motiv dem Betrachter Einblick in eine bizarre Bildwelt gewährt, deren präsentierte Inhalte weder mit Logik noch Kausalität zu erfassen bzw. zu erklären sind. Es wirkt, als sei die Figur einer absurden Traumwelt entstiegen.

Dieses Stickerdesign adaptiert jedoch nicht nur aus dem Surrealismus bekannte Gestaltungselemente: Da sich das Motiv au-

⁵⁶⁵ „Alienworkshop“©. Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 122f).

⁵⁶⁶ Vgl. Pachl 2007. S. 127f.

ßerdem vorwiegend aus geometrischen Grundformen zusammensetzt, die sich wechselseitig überlagern und durchdringen, eröffnen sich außerdem Analogien zu den charakteristischen Gestaltungsprinzipien des Kubismus.⁵⁶⁷

Die Adaption von determinierten, aus der Kunst bekannten Gestaltungselementen gilt sogar innerhalb der Skateszene als charakteristisch für die von Don Pendleton entworfenen Designs. Dies belegt der folgende Beitrag aus einem Onlinemagazin für Skater:

„For the last 13 years, **Don Pendleton** has been creating amazing graphics in his geometric, Picasso-esque style for **Alien Workshop** (1998–2005) and **Element Skateboards** (2005–2010). While at Alien Workshop, his graphics defined the brand's aesthetic. Because he was so iconic, his transition to Element was a bit confusing to skateboarders, but everyone hugged it out. Regardless of what boards Pendleton's graphics were applied to, they are dope and Don Pendleton joins an elite group of skateboard artists whose work is recognizable by most skateboarders at first glance.”⁵⁶⁸

Pendleton hat aus der Synthese individueller Ideen und der konstanten Adaption gestalterischer Elemente (vorwiegend aus dem Bereich des Kubismus und Surrealismus) einen persönlichen Designstil kreiert, der in der Skateszene einen außerordentlich hohen Wiedererkennungswert hat. Wie auch dieses Beispiel belegt, ist diese Stilspezifik derart ausgeprägt, dass „Alien Workshop“ – in der Gewissheit und dem Selbstverständnis, dass Skater die Motive trotzdem zuordnen werden – auf eine explizite Integration des werbenden Labelnamens verzichtet.

⁵⁶⁷ Vgl. Janowitz 1987. S. 231ff.

⁵⁶⁸ <http://www.complex.com/art-design/2011/02/on-deck-13-years-of-don-pendleton>. Stand: 27.06.2012.

8.2.2 „Powell Peralta“ Motiv: Porträtkopf

Eine ähnlich abstrahierte und verfremdete Darstellung zeigt Abbildung 8.2.2.1. Dieser Aufkleber repräsentiert jedoch im Gegensatz zum zuvor gezeigten Exemplar weniger surrealistische Elemente. Der Sticker ist farbig und im Hochformat angelegt (ca. 16 cm x 6 cm). Innerhalb der Rahmung einer schwarzen Kontur sieht der Betrachter ein koloriertes Halbporträt. Durch die Verwendung schwarzer Konturen entstehen auch hier Bezüge zu Comiczeichnungen. Die deformierten Gesichtszüge der dargestellten Figur erscheinen markant: Der Schädel ist überstreckt und insbesondere die stark divergierende Anordnung der Augen wirkt befremdlich. Gerade diese charakteristisch ungleiche Darstellung der Augenpartie lässt Bezüge zu Picassos Porträtmalereien entstehen, die einen individuellen künstlerischen Stil mit hohem Wiedererkennungswert repräsentieren.⁵⁶⁹ Unterhalb und oberhalb der Rahmung befindet sich eine schwarze Beschriftung des Motivs. Oberhalb des Kopfes ist der Name des repräsentierten Skaters („mike santarossa“), unterhalb der Labelname „powell peralta“ zu erkennen.

Obwohl es sich bei den beiden zuletzt genannten Stickern um verschiedene Hersteller, verschiedene repräsentierte Profiskater und auch um verschiedene Stickerdesigner handelt, zeigen beide Stickergestaltungen unabhängig voneinander Elemente, die aus der kubistischen bzw. expressionistischen und surrealistischen Malerei bekannt sind.

8.2.3 „Santa Monica Airline“ Motiv: Panther

Eine weitere Adaptionsquelle für Stickerdesigns scheint der Stil japanischer Farbholzschnitte bzw. der sogenannte Japonismus zu sein.

⁵⁶⁹ Pablo Picasso: Kopf einer Frau mit buntem Hut, 1939, Öl a. L., 61 cm x 50 cm, Nationalgalerie Berlin, Museum Bergruen, Berlin (vgl. http://www.berlin-en-ligne.com/visite/musees/beaux_arts/sammlung_berggruen.html. Stand: 09.03.2016) oder Pablo Picasso: Der gelbe Pullover, 1939, Öl a. L., 81 cm x 65 cm, Nationalgalerie Berlin, Museum Bergruen, Berlin (vgl. <http://www.smb.museum/kalender/detail/picasso-360-22.html>. Stand: 09.03.2016).

Meffert umschreibt die Formalästhetik eines solchen Stils mithilfe folgender Kriterien: reine, leuchtende Farben, Verzicht auf Raumillusion und Modulation, asymmetrische Bildausschnitte, symbolische Naturdarstellung.⁵⁷⁰

Diese stilistischen Kriterien sind auch auf Abbildung 8.2.3.1 (ca. 1985) nachvollziehbar. Der quadratische Sticker (ca. 8 cm x 8 cm) zeigt ein gleichschenkliges Dreieck. In seinem Zentrum erscheint die nahezu unmodellierte Darstellung eines Panthers. Der Panther wirkt wehrhaft und scheint die Rahmung des rot konturierten Dreiecks überwinden zu wollen. Die Figur des Panthers kontrastiert durch die asymmetrische Positionierung mit der rahmenden Dreiecksform. Die Basis des Dreiecks ist von leuchtend blauen Spruchbändern umgeben. Das breitere der beiden Bänder scheint sich um die geometrische Figur zu winden. In ornamental verzierten Buchstaben, die wirken (sollen), als seien es asiatische Schriftzeichen, ist das Wort „NATAS“ zu entziffern. Dieses Wort ist wiederum von weiteren, asiatisch anmutenden Ornamenten umrahmt. Auf dem darunter verlaufenden Spruchband ist der werbende Labelname „SANTA MONICA AIRLINES“⁵⁷¹ zu lesen.

Der Sticker repräsentiert den Profiskater Natas Kaupas. Kaupas meist gewähltes Motiv auf Skatestickern war die Figur eines Panthers. Der Name dieses Skaters führte sogar innerhalb der Skateszene zu Verwirrungen: Da Natas eine etablierte Verschleierung der Benennung von Satan ist (in der Rückwärtsleserichtung eines Palindroms), vermuteten einige Skater satanische Konnotationen in diesen Stickergestaltungen. Tatsächlich handelt es sich jedoch lediglich um den recht ungewöhnlichen Geburtsnamen des Skaters. Trotzdem oder gerade deswegen wurde dieser Name auf Sticker- und Deckgrafiken mehrfach in einer satanischen Konnotation inszeniert.⁵⁷² Es kann also davon ausgegangen werden, dass die provokativen Wirkungen, die von diesem Namen und der aggressiv wirkenden Pantherfigur ausgehen, nicht unerwünscht waren.

⁵⁷⁰ Vgl. Meffert 2001. S. 30

⁵⁷¹ „Santa Monica Airlines“©.

⁵⁷² Vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 114f.

In einem Onlineskatemagazin⁵⁷³ kann in Erfahrung gebracht werden, dass dieser Sticker von Kevin Ancell entworfen wurde. Dort wurde auch der Gedanke formuliert, dass die Gestalt des Panthers durch ein Ölgemälde⁵⁷⁴ von Frank Frazetta – einem amerikanischen Fantasy und Science-Fiction Maler⁵⁷⁵ – inspiriert wurde. Tatsächlich können bei einer vergleichenden Bildbetrachtung mehrere auffällige Gemeinsamkeiten konstatiert werden: Die wehrhaft, nach vorn gereckte Krallen, die angelegten Ohren, das weit aufgerissene Maul und auch die eher aufrechte Haltung des Tieres als solches sind auf dem Stickermotiv wiederzufinden.

Das Design dieses Stickers dokumentiert folglich eine mehrfache Adaption innerhalb eines einzelnen Motivs: Die Figur des Panthers (insbesondere die Körperhaltung) wurde von einem Einzelkünstler adaptiert, während das japanisch anmutende Design des Stickers die Stilrichtung des Japonismus adaptiert.

8.2.4 „World Industries“ Motiv: Tiger

Ein ergänzender, exemplarischer Beleg von Aufklebern, die in einem an den Japonismus erinnernden Designstil entworfen wurden, ist Abbildung 8.2.4.1 des Labels „World Industries“⁵⁷⁶ (ca. 8 cm x 5 cm). Der hochformatige Sticker zeigt, wiederum innerhalb einer Rahmung, die Gestalt eines sich streckenden Tigers. Bei der Darstellung der Figur dominieren aneinandergelagerte Farbflächen und ein ornamentaler Duktus der Linien. Im Hintergrund entsteht aus geometrischen, farbigen Flächen eine ornamentale Struktur. Die Farben, die

⁵⁷³ http://disposabletheblog.typepad.com/disposable_random_essays_/2010/01/graphic-envy-the-santa-monica-airlines-natas-kaupas-panther.html. Stand: 04.09.2012.

⁵⁷⁴ Vgl. Frank Frazetta: Black Panther. O.A. 1972. (http://frankfrazetta.net/Black_Panther.html. Stand: 21.02.2015). Tatsächlich ähneln die Haltung und der Ausdruck des Panthers auf dem Stickerdesign dem Gemälde, nur die Perspektive scheint verändert. Auf dem Sticker ist der Panther in Frontalan-sicht zu sehen, auf dem Gemälde dagegen in einer Dreiviertelansicht.

⁵⁷⁵ Vgl. <http://frankfrazetta.net/>. Stand: 01.03.2016.

⁵⁷⁶ „World Industries“©.

zur Gestaltung verwendet wurden, wirken leuchtend und rein. Oben rechts innerhalb der Rahmung steht in einer modernen serifenlosen Schrift der Name des repräsentierten Profiskaters Daewon Song geschrieben. Die Abbildung kann als weiterer Beleg stilistischer Adaptationen auf Skatestickern kategorisiert werden.

8.2.5 „Vision“ Motiv: Kopf

Auch die Stilrichtung der Pop-Art dient Skatestickerdesignern offensichtlich als Inspirationsquelle. Meffert erläutert in ihrer Publikation ausführlich eine ausgeprägte Konvergenzphase zwischen den Bereichen Kunst und Werbung in den 60er Jahren.⁵⁷⁷ Die Entwicklung dieser Konvergenz begründet Meffert in sozioökonomischen Entwicklungen, wie beispielsweise die zunehmende Marktsättigung, die Entdeckung von Jugendlichen als Zielgruppe und (vor allem) die gesellschaftliche Revolution der 1968er Jahre. Die formalen, gestalterischen Kriterien der Pop-Art fasst Janowitz in „Wege im Labyrinth der Kunst“⁵⁷⁸ zusammen:

„Die meisten Formen werden, wie in Comics, mit schwarzen Linien umzogen. Oft sind die Gegenstände, ebenfalls wie im Plakat, absolut flächig. Plastizität, Räumlichkeit und Tiefe sind äußerst selten. Die Farben sind klar, meist uni, ohne Modulation und Abstufungen. Rasterpunkte – in Nachahmung massenmedialer Vervielfältigungstechniken – ergeben abstrakte Flächenstrukturen.“⁵⁷⁹

Unter diesen, von Janowitz zusammengefassten gestalterischen Prämissen sollen nun einige Sticker exemplarisch aufgezeigt werden, die eine Adaption der Gestaltungsregeln der Pop-Art repräsentieren.

⁵⁷⁷ „Es existieren drei abgrenzbare Zeiträume („Phasen“), in denen es zu einer Annäherung („Konvergenz“) der Bereiche („Sphären“) Bildende Kunst und Werbung auf unterschiedlichen Ebenen (Individuen, Objekte, Institutionen) kam: die Jahrhundertwende, die 60er Jahre und die 80er/90er Jahre.“ In: Meffert 2001. S. 17.

⁵⁷⁸ Janowitz 1987.

⁵⁷⁹ Janowitz 1987. S. 294.

Es kann mit dem Hinweis auf Abbildung 8.2.5.1 begonnen werden. Es handelt sich um einen Sticker des Labels „Vision“ und er wirkt offensichtlich, zu erkennen am Abdruck des Skaternamens links oben, für den Profiskater Mark Gonzales. Der Sticker umfasst ca. 17 cm x 12 cm, also ein relativ großes Format. Im unteren Teil des Stickers ist der Labelname „VISION SKATEBOARDS“⁵⁸⁰ zu lesen. Im kleiner gedruckten Bereich zwischen „VISION“ und „SKATEBOARDS“ befindet sich ein Hinweis auf das Erscheinungsjahr des Stickers „C 1987 VISION SPORTS INC“. Rechts oben im Bild ist durch schwarze Konturen und einen zeichnerischen, comichaften Duktus ein Porträtkopf dargestellt. Trotz der abstrahierten und reduzierten Zeichnung weist der Kopf Ähnlichkeiten zum Profiskater Mark Gonzales auf.⁵⁸¹ Der Kopf ist von verschiedenartig gestalteten, unifarbenen Farbflächen umgeben. Unterhalb des Kopfes befindet sich eine orangerote Farbfläche, auf der schwarze Strukturen wiedergegeben werden, wie sie beispielsweise durch schlechte Kopierqualität entstehen. Typisch für Gestaltungen im Stil der Pop-Art sind die schwarzen Rasterpunkte und die Anordnung bzw. Überlagerung weiterer unmodellierter Farbflächen. Eine blaue Farbfläche zieht sich von links unten nach rechts oben durch das Bild. Ein gelber Streifen verläuft ausgehend von der linken, oberen Bildecke diagonal durch den Schriftzug.

Dieses Design wurde von Andy Takakjian entworfen, der zu dieser Zeit für das Label tätig war:

„I had no idea anyone would like it in any way. I thought it would be a genuine reject and I would have to think up something else. In fact, I really just tossed it together to be something to show 'til I could think of something better. With the lack of direction given I reckoned I would be groping through quite a few generations 'til something clicked. Well, as they say, who knew?! It was a one hit wonder!“⁵⁸²

⁵⁸⁰ „Vision“©.

⁵⁸¹ Dies insbesondere durch die ungebändigte Frisur, die zu dieser Zeit als ein Markenzeichen des Skaters galt.

⁵⁸² Vgl. <http://skateandannoy.com/2010/02/disposable-roots-the-first-vision-markgonzalesgraphic-by-andy-takakjian/#more-17746>. Stand: 10.02.2016.

Dieser Designtypus wurde in verschiedenen farblichen Varianten als Stickerdesign wiederholt aufgegriffen und war, wie Takakjian selbst schon beschrieben hat, ein sehr erfolgreiches Motiv in der Skateszene. Dies höchstwahrscheinlich nicht nur aufgrund der ansprechenden Gestaltung, sondern auch aufgrund der großen Beliebtheit des Sportlers Gonzales.

8.2.6 „Vision“ Motiv: Frau

Ähnlich verhält es sich mit Abbildung 8.2.6.1. Diese zeigt ebenfalls einen Sticker des „Vision“-Labels (ca. 13 cm x 7 cm). Das Frauenporträt weist die charakteristischen Gestaltungselemente der Pop-Art, wie der Einsatz einheitlicher Farbflächen, die Reduktion von Details, die Verwendung von Rasterungen und die Übereinanderlagerung von Bildelementen auf.⁵⁸³ In einem Onlinemagazin für Skater wird die Bedeutung des „Vision“ Labels zusammengefasst:

„With its iconic logo (stamped all over some of the collection's pieces), bold prints (like the Gator print seen in the show's backdrop) and symbols (the Psycho Stick), Vision Street Wear was the biggest brand in skateboard culture from the mid-80s through the early 90s. From its bold neon designs to its sponsorship of pros like Mark Gonzales (who invented street skateboarding when downhill ‚slalom‘ racing was, quite literally, the way to go), old-school VSW today represents both the flash of the 80s and the meaning of the decade as a turning point in skating history.“⁵⁸⁴

Zahlreiche weitere Decks und Aufkleber des Labels „Vision“⁵⁸⁵, die im oben genannten Zeitraum entstanden sind, greifen aus der Pop-Art

⁵⁸³ Vgl. Kap. 8.2.7.

⁵⁸⁴ Vgl. <http://www.openingceremony.us/entry.asp?pid=3667>. Stand: 20.06.2012.

⁵⁸⁵ Vgl. <http://www.oldskullskateboards.com/old-schooldecks/vision/>. Stand: 28.09.2015.

bekannte Gestaltungskriterien auf. Für den bereits innerhalb des Zitats erwähnten Zeitraum kann von einer Designstrategie des Labels ausgegangen werden, die sich konkret auf die Ästhetik der Pop-Art bezieht. Der spezifische Designstil der „Vision“-Designs in den späten 1980er Jahren generierte sich durch die Adaption von Pop-Art Gestaltungskriterien in Kombination mit dem Einsatz von leuchtenden Neonfarben.

8.2.7 „Volcom“ Motiv: Mund

Ein weiterer Sticker, der in einem der Pop-Art ähnlichen Stil entworfen wurde, ist auf Abbildung 8. 2. 7. 1 zu sehen.⁵⁸⁶ Dieser Sticker ist im Gegensatz zu den beiden letztgenannten Beispielen jünger. Er wurde der Autorin auf Anfrage von „Volcom“, mit dem Hinweis, es handle sich um die Stickerkollektion des Jahres 2006, zugesendet.

Der Sticker ist quadratisch (ca. 6 cm x 6 cm). Das Motiv setzt sich, abgesehen von dem etwa 0,5 cm breiten durchsichtigen Rand, aus schwarzen und weißen Formen und Strukturen zusammen. Das Stickerformat nahezu gänzlich ausfüllend, wird der Betrachter mit einem weit geöffneten Mund⁵⁸⁷ konfrontiert. Die Mundhöhle wird durch den Einsatz schwarzer Farbfläche gefüllt, die Lippen und Zähne formen sich dagegen aus unterschiedlich stark konzentrierten, aneinandergelagerten schwarzen (Raster-)Punkten. In der Mundöffnung erscheint, als sei er zwischen der oberen und unteren Zahnreihe eingeklemmt, der „Volcom Stone“⁵⁸⁸. Im Gegensatz zu der ansonsten grobkörnig wirkenden Darstellungsweise des Motivs ist das Signet des Labels durch unschattierte, klar voneinander abgrenzbare schwarze und weiße Farbflächen dargestellt. Der Bildhintergrund ist mit schwarzer Farbe gefüllt, die von mehreren weißen Tupfen durchbrochen wird.

⁵⁸⁶ Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 119).

⁵⁸⁷ Die eher zierlichen Zähne und geschwungenen Lippen lassen schlussfolgern, dass es sich um eine weibliche Person handelt.

⁵⁸⁸ Vgl. Kap. 6. 8.

Das Design des Motivs legt nahe, dass es im Verfahren einer Collage konzipiert wurde. Vermutlich wurde eine vorliegende Fotografie abstrahiert bzw. deren Auflösung drastisch reduziert und mit dem grafischen Element des „Volcom Stones“ kombiniert. Trotz des jüngeren Alters ähnelt der grafische Stil des Stickers den bereits oben genannten Gestaltungsprinzipien⁵⁸⁹ der Pop-Art. Die Spezifika des „Volcom“-Designstils (u. a. Druck in Schwarz-Weiß, reduzierter grafischer Stil)⁵⁹⁰ werden innerhalb des 2006 erschienenen Stickersheets⁵⁹¹ mindestens ein weiteres Mal, nämlich auf Abbildung 8. 1. 9.⁵⁹², mit für die Pop-Art typischen Gestaltungsmethoden kombiniert.

8.3 Strategische Adaptionen aus dem Bereich der Kunst

Auch etablierte, künstlerische Strategien können auf das Design bzw. die Anwendung eines Skatestickers Einfluss nehmen. Der künstlerischen Strategie⁵⁹³ des Détournements, die vor allem durch die Avantgardebewegung der Situationistischen Internationale bekannt wurde⁵⁹⁴, kommt in diesem Zusammenhang besondere Relevanz zu. Die Situationistische Internationale ging aus ihrer „unmittelbaren Vorgängerin [] der Lettristischen Internationale[n]“⁵⁹⁵ hervor. Sie wurde 1957 unter der Leitung von Guy Debord gegründet und nach diversen Konflikten und Spaltungen 1972 aufgelöst.⁵⁹⁶ Als Kerninhalte der Bewegung benennt Simon Ford („Die Situationistische Interna-

⁵⁸⁹ Vgl. Kap. 8. 2. 6.

⁵⁹⁰ Vgl. Pacht 2007. S. 130ff.

⁵⁹¹ Vgl. Kap. 6. 8.

⁵⁹² Wie bereits in Kap. 8. 1. 10 erwähnt, werden in diesem Design ebenfalls Elemente der Pop-Art adaptiert. Da jedoch außerdem ein aus Hockkunst bekanntes Motiv adaptiert wurde, wird dieser Sticker innerhalb der motivischen Adaptionen kategorisiert.

⁵⁹³ Vgl. Liebl/Düllo 2005. S. 20ff.

⁵⁹⁴ Vgl. Liebl/Düllo 2005. S. 20ff.

⁵⁹⁵ Ford 2007. S. 6.

⁵⁹⁶ Ford 2007. S. 6f.

tionale. Eine Gebrauchsanleitung⁵⁹⁷) die Formulierung⁵⁹⁸ und den Versuch der Umsetzung kritischer Gesellschaftstheorien. Bereits die Lettristische Internationale entwickelte zahlreiche künstlerische Strategien bzw. Praktiken, die innerhalb der Situationistischen Internationalen weiterentwickelt wurden: die Psychogeografie⁵⁹⁹, die *Dérive*⁶⁰⁰, die *Récupération*⁶⁰¹, der unitäre Urbanismus⁶⁰² und schließlich der *Détournement*. Im hiesigen Kontext ist vor allem die Adaption der *Détournement*-Strategie relevant, da diese im Medium der Skatesticker angewendet wird. Ford beschreibt den *Détournement* als eine kreative Form des Plagiats.⁶⁰³ Max Jakob Ohrlich be-

⁵⁹⁷ Ford 2007.

⁵⁹⁸ Zu den Schlüsselwerken der Situationistischen Internationale gehören u. a. Guy Debords „Die Gesellschaft des Spektakels“ (1996 [1967]) und Raoul Vaneigem „Handbuch der Lebenskunst für die jüngeren Generationen“ (1980 [1967]).

⁵⁹⁹ „Psychogeographie. Erforschung der genauen unmittelbaren Wirkungen, seien sie bewusst gestaltet oder nicht, des geographischen Milieus auf das emotionale Verhalten der Individuen.“ Zitiert nach: Ford 2007. S. 38.

⁶⁰⁰ „Die *dérive* ist ein meist in kleinen Gruppen im städtischen Umfeld stattfindendes Sich-Treiben-Lassen, das anfangs relativ stark vom Zufall beeinflusst wird.“ In: Ohrlich 2011. S. 21. Die Strategie der *Dérive* weist insbesondere im Hinblick auf ihre beabsichtigte Zufälligkeit während des Erkundens der urbanen Umwelt Analogien zur der skatespezifischen Praxis des gemeinschaftlichen Streetstyleskatings auf.

⁶⁰¹ „Die *récupération* ist die vom Spektakel verwendete Vorgehensweise, um die durch *détournement* und/oder *dérive* konstruierten Situationen ihres kritischen Potentials zu berauben und sie ins Spektakel einzufügen. [...] Es ließe sich thesenartig festhalten, dass es sich beim *détournement* und *récupération* nur dann um zwei unterschiedliche Vorgehensweisen handelt, wenn man lediglich eine der beteiligten Seiten im Blick hat. Betrachtet man jedoch beide, so stellt man fest, dass aus dem Unterschied zwischen *détournement* und *récupération* eine Frage der Perspektive wird. Der *détournement* der S. I. ist aus Sicht des Spektakels eine *récupération*, die von der S. I. als *récupération* wahrgenommene Aneignung des situationistischen *détournement* ist aus Sicht des Spektakels ein *détournement* usw.“ In: Ohrlich 2011. S. 22f.

⁶⁰² „UNITÄRER URBANISMUS: Theorie des totalen Gebrauchs der Kunstmittel und Techniken, die zur vollständigen Konstruktion einer Umwelt in dynamischer Verbindung mit Verhaltensexperimenten mitwirken.“ Vgl. <http://www.si-revue.de/definitionen>. Stand: 12.11.2015.

⁶⁰³ Ford 2007. S. 41.

stimmt die Inhalte des Begriffes in „Situationistische Internationale. Eintritt, Austritt, Ausschluss“ mit folgenden Worten:

„Unter *détournement* ist allgemein die Praxis zu verstehen, existierende Elemente aus ihrem Zusammenhang herauszulösen, sie in einen neuen Kontext mit anderen Elementen zu bringen und somit ihre Bedeutung zu verändern.“⁶⁰⁴

Debord und Wolman selbst formulieren folgende Definition:

„Zweckentfremdung von ästhetischen Fertigteilen. Integration aktueller oder vergangener Kunstproduktionen in eine höhere Konstruktion des Milieus. [...] In einem ursprünglicheren Sinne ist die Zweckentfremdung innerhalb der alten kulturellen Gebiete eine Propagandamethode, die die Abnutzung und den Bedeutungsverlust dieser Gebiete aufzeigt.“⁶⁰⁵

Diese, durch die Avantgardebewegung bekannt gewordene Strategie, wurde später von verschiedensten Szenen adaptiert.⁶⁰⁶ Gegenwärtig kann eine vermehrte Anwendung in Bezug auf die Verfremdung und Umkehrung von Markenimages und Werbeaussagen festgestellt werden.⁶⁰⁷ Für diesen spezielleren Vorgang wurde zwischenzeitlich der Begriff des Adbustings⁶⁰⁸ entwickelt. Diese Begriffsbildung geht aus

⁶⁰⁴ Ohrlich 2011. S. 21.

⁶⁰⁵ Debord/Wolman 1956. Zitiert nach: Ford 2007. S. 41.

⁶⁰⁶ So beispielsweise im Umfeld der Punkband „Sex Pistols“ (vgl. Ford 2007. S. 176f).

⁶⁰⁷ Wenn auf den Stickern verfremdete und persiflierte Markenlogos und Werbeblöcke abgebildet sind, so handelt es sich selbstverständlich auch um eine motivische Adaption aus dem Bereich der Werbebranche. Da hier allerdings der Fokus auf der Analyse künstlerischer Strategien liegt, werden diese Sticker dieser Adaptionenkategorie zugeordnet.

⁶⁰⁸ In nahezu synonyme Verwendung wird der Begriff Subvertising verwendet. In ähnlicher, allerdings nicht gänzlich synonyme Bedeutung wird für eine solche Vorgehensweise der Begriff Cultural Jamming eingesetzt. Die in diesem Kapitel dokumentierte Strategie der Stickergestaltung (Kap. 8.3) könnte u. U. auch als Kommunikationsguerilla im Sinne Roland Barthes (1986

dem Titel des Magazins „Adbusters“⁶⁰⁹ („von Ad = Advertising und bust = zerschlagen“⁶¹⁰) hervor. Horx erläutert bereits 1995:

„Das Radikale an den Adbusters ist ihre Fähigkeit, die Kernaussagen von Marken zu erkennen und mit geschickten Verfremdungsmitteln zu **sabotieren**.[...] **Subvertising** nennt die Guerillatruppe diese Methode. [...] Antiwerbung ist normalerweise frontal, grob, zynisch, mit plattem Witz – man versucht, die Behauptung einer bestimmten Marke durch ein Gegenbild zu konterkarieren. Beim Subvertising aber werden die Signale der Marke aufgegriffen, benutzt und kaum merklich, subtil, ins Negative verschoben.“⁶¹¹

Seit 1995 hat sich die Verwendung des Begriffs Adbusting zunehmend ausgedehnt und erweitert, sodass auch Aktionen, die nicht unmittelbar von den Magazingründern entwickelt wurden, als Adbusting bezeichnet werden. Grundsätzlich kann davon ausgegangen werden, dass die Methode des Adbustings letztlich auf der Strategie des Détournements basiert.⁶¹² Da Adbusting gerade innerhalb der letzten Jahrzehnte in verschiedensten Szenen⁶¹³ vermehrt angewendet wird, kann vermutet werden, dass zahlreichen, mitunter jüngeren Adbustingaktivisten die ursprüngliche Kontextualisierung innerhalb einer Avantgardebewegung nicht bekannt ist. Trotzdem wird

[1971] bzw. im Sinne Ecos 1986 [1973]) aufgefasst werden. Keinesfalls sollte jedoch die Skatestickerkommunikation als solches als Kommunikationsguerilla aufgefasst werden, da bei dieser Kommunikationsmethode die verwendeten Kommunikationsmedien keineswegs zweckentfremdet werden oder entgegen den Absichten der Hersteller dieser Medien verwendet werden. Auch wenn erste Hersteller der Skatesticker diese zusätzliche Verwendungsweise nicht vorhergesehen haben bzw. konkret intendieren konnten, so entspricht diese trotzdem weiterhin der gewünschten Werbewirkung der Sticker.

⁶⁰⁹ Vgl. <https://subscribe.adbusters.org/collections/back-issues/products/ab123>. Stand: 28.01.2006.

⁶¹⁰ Horx 1995. S. 430.

⁶¹¹ Horx 1995. S. 431.

⁶¹² Vgl. Düllo/Liebl 2005. S. 15

⁶¹³ Streetart, Graffitiszene etc.

diese Methode offenbar im Medium der Skatesticker vermehrt eingesetzt. Die folgenden Stickeranalysen werden verschiedene Anwendungsaspekte dieser Strategie dokumentieren.

8.3.1 „Consolidated Skateboards“ Motiv: Don't do it!

Die folgende Abbildung (Abb. 8.3.1.1) zeigt einen Sticker des Labels „Consolidated“⁶¹⁴ (ca. 5 cm x 18 cm). Der Mitbegründer Birdo formuliert die Intention der Labelgründung mit folgenden Worten:

„Consolidated was formed back in 1992 by Birdo and Steve Keenan. It has always been a pure skateboard company, meaning no bullshit and no mass-market sell-out plans – just skateboarding for skateboarders.“⁶¹⁵

Innerhalb dieser Arbeit kann der Sticker als Bildbeleg für die Anwendung der Détournementstrategie fungieren. Der Sticker ist im Querformat konzipiert. Ein weißer Schriftzug auf schwarzem Hintergrund präsentiert die Aussage: „DON'T DO IT.“ Das Stickerdesign bezieht sich unverkennbar auf den charakteristischen Werbeslogan „JUST DO IT.“⁶¹⁶ der Firma „Nike“⁶¹⁷. Auf formaler Ebene zeichnet sich diese Referenz in der charakteristischen Verwendung von weißen, serifenlosen Buchstaben auf schwarzem Hintergrund ab. Durch die Negation der Aussage des populären Werbeslogans auf sprachlicher Ebene wurde seine Botschaft – im klassischen Sinne eines Détournements – ebenfalls umgekehrt.

Diese „DON'T DO IT.“-Kampagne wurde 1997 gestartet und soll offensichtlich eine Gegenbewegung zu großen, profitorientierten Konzernen evozieren. Offenbar stellvertretend für ähnliche Großkonzerne wurde das Adbusting hier auf die Marke „Nike“ bezogen. Durch die Ähnlichkeit des Designs und die Irritationen, die in der Konsequenz des verfremdeten Markenslogans entstehen, sollen die Mar-

⁶¹⁴ „Consolidated“©.

⁶¹⁵ Birdo 2004. S. 110.

⁶¹⁶ Vgl. http://www.nike.com/de/de_de/c/just-do-it. Stand: 21.02.2015.

⁶¹⁷ „Nike“©.

ketingstrategien der Großkonzerne infrage gestellt und die Konsumenten zu einer bewussteren Wahrnehmung angeregt werden. Der Mitbegründer der Kampagne Birdo formuliert seine Intention mit folgenden Worten:

„Consequently, in 1999 The Consolidated Army was initiated, whose aim was to continue to build on the success of the „Don't Do it“ campaign. It encouraged people to print their own stickers and make their own stencils to raise its profile. [...] We are not trying to change anything, we just want people to see it for what it is or not be tricked. Then people can make decisions based on the truth. We are not concerned with what people want, if they want the large sporting goods companies to take over, that's fine. We just don't want people to be deceived.“⁶¹⁸

Ironischerweise handelt es sich trotz dieses Postulats bei dem oben gezeigten Sticker um einen Werbeartikel des „Consolidated“-Labels, welches seine Produkte wiederum selbst vermarktet. Dieser Sticker, der auf inhaltlicher Ebene die Strategie des Adbustings vermittelt, kann somit als eine Form des Guerilla Marketings aufgefasst werden.⁶¹⁹

8.3.2 „Monkey Stix“ Motiv: Affe

Einen weiteren Sticker, bei dessen Konzeption auf ein bekanntes Markenlogo zurückgegriffen wurde, zeigt Abbildung 8.3.2.1: ein Sticker des Labels „Monkey Stix“.⁶²⁰ Aus der vergleichenden Be-

⁶¹⁸ Birdo 2004. S. 110.

⁶¹⁹ Vgl. Kap. 3, Kap. 4.

⁶²⁰ „Monkey Stix“©. Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 95f).

trachtung verschiedenster „Monkey Stix“-Sticker geht hervor, dass die auf diesem Sticker präsentierte Figur (eines im Stil eines Comics dargestellten Affens) als das Maskottchen des Labels bezeichnet werden kann. Auf diesem Stickermotiv wird das (einem Skater bereits bekannte) Maskottchen zum Zwecke des Détournements bzw. des Adbustings eingesetzt, denn es persifliert das prominente Logo der Marke „Chiquita“⁶²¹. Der Skatesticker ist entsprechend des Gestaltungsprinzips des prominenten „Chiquita“-Logos⁶²² aufgebaut: Er umfasst, wie die Vorlage, ein ovales Hochformat (ca. 5 cm x 4 cm)⁶²³ und hat eine blaue Grundfläche, deren Rand mit einer ringsum verlaufenden gelben Linie verziert ist. Anstelle der bekannten gelben „Chiquita“-Werbefigur (eine weibliche, exotisch anmutende Halbfigur, die typischerweise einen mit Obst gefüllten Korb auf dem Kopf balanciert, ein Kleid mit üppigen Puffärmeln und große Ohrringcreolen trägt), befindet sich im Bildzentrum des „Monkey Stix“-Stickers ein gelber, einäugiger Affe. Der in einem comichaften Stil dargestellte Affe nimmt nahezu die gleiche Körperhaltung wie die exotisch dargestellte Frau auf dem „Chiquita“-Logo ein: eine Halbfigur in Dreiviertelansicht, das Gesicht dem Betrachter zugewandt, der linke Arm in die Höhe gestreckt. Im Gegensatz zum originalen „Chiquita“-Logo ist der linke Arm des Maskottchens jedoch nicht nur freundlich, wie zum Gruß oder als tänzerische Geste erhoben, er hält vielmehr einen, ebenfalls comichaft dargestellten Kothaufen in der Hand, der dem Betrachter mit einem freundlichen Lächeln präsentiert wird.

Unterhalb der Halbfiguren kann jeweils, in einer weißen Schrift mit geringer Laufweite, die werbende Marke des Stickers abgelesen werden. Auf dem Skatesticker wurde anstelle des im Original positionierten „Chiquita“-Schriftzugs, der Labelname „Monkey Stix“ eingefügt. Interessanterweise finden sich rechts unterhalb beider Schriften die symbolischen Hinweise auf die eingetragenen Marken (bei „Chiquita“ ®, bei „Monkey Stix“ ©).

⁶²¹ „Chiquita“© . Vgl. <http://www.chiquita.de/Stand>: 21.02.2015.

⁶²² Vgl. <http://www.chiquita.de/Stand>: 21.02.2015.

⁶²³ Mit diesen Maßen ist der Skatesticker etwas größer als das charakteristische, auf dem Obst aufgebrachte, „Chiquita“-Logo (ca. 3 cm x 2 cm).

Die Konzeption dieses „Monkey Stix“-Stickers entspricht den Prinzipien des Adbustings. Das prominente, international bekannte „Chiquita“-Logo wurde offensichtlich als direkte Gestaltungsvorlage für den Skatesticker genutzt. Durch die freundliche Anpreisung des Kothaufens klingt eine, im Design des Stickers implizierte Kritik an der konsumorientierten Gesellschaft mit an: Selbst Kot wird dem Bildbetrachter bzw. möglichen Konsumenten wie eine attraktive, nach Möglichkeit zu erwerbende Ware dargeboten. Neben der mehr oder minder subversiven Kritik an der persiflierten Marke kommt dem außerhalb der Szene eher unbekanntem „Monkey Stix“-Label jedoch mit Sicherheit die Popularität von „Chiquita“ zu Gute. Das „Chiquita“-Logo hat durch seine Bekanntheit einen hohen Wiedererkennungswert. Das Erkennen des bereits bekannten Logos lenkt die Aufmerksamkeit eines (auch szenefremden) Betrachters auf den Sticker. Erst bei genauerer Betrachtung erkennt dieser die Veränderungen, die durch „Monkey Stix“ vorgenommen wurden. Während dieses Prozesses kann bzw. soll ein Betrachter auf den hier werbenden Labelnamen „Monkey Stix“ aufmerksam werden.

8.3.3 „Blind“ Motiv: Burger

Auch das nächste Stickerdesign (Abb. 8.3.3.1) basiert auf der Abwandlung eines populären Firmenlogos.⁶²⁴ Der Sticker umfasst eine quadratische Grundfläche (ca. 6 cm x 6 cm). Im Bildzentrum befindet sich in roter, graffitiähnlicher Schrift der Name des Profiskaters „JASON LEE“. Die Schrift wird jeweils von oben und unten durch halb-kreisartige, orange Formen gerahmt. Der Bildhintergrund erscheint cremeweiß. Es ist jedoch anzunehmen, dass dieser ursprünglich in reinem Weiß gedruckt wurde und im Laufe der (Aufbewahrungs-)Jahre, wie bei anderen älteren Stickern auch (vgl. z. B. Kap. 8.1.1), vergilbt ist. Da der werbende Firmenname „Burger

⁶²⁴ „Blind“©. Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 96f).

King“⁶²⁵ innerhalb dieser als Logo der Marke bekannten Formenordnung durch den Namen des Skaters Jason Lee ersetzt wurde, kann dieses Stickerdesign ebenfalls als Adbusting bzw. Weiterführung der Détournementstrategie aufgefasst werden. Die orangenen Formen, oberhalb und unterhalb des Namens, stilisieren im Kontext des originalen „Burger King“-Logos das geteilte Burgerbrötchen.⁶²⁶

In „Disposable“ wird angesprochen, dass dieses Motiv vor dem Hintergrund eines Konfliktes zwischen den Profiskatern Jason Lee und Mike Valley entstanden ist⁶²⁷: Valley setzte sich als überzeugter Vegetarier wiederholt für eine motivische Umsetzung seiner Lebensphilosophie als Deckgrafik ein.⁶²⁸ Er sollte allerdings 1991 ein ihm offeriertes und fertiggestelltes Deckdesign akzeptieren, auf dem ein sogenannter Whopper (ein Fleischprodukt, der damals im Trend liegenden Fastfoodkette „Burger King“) abgebildet war. Valley weigerte sich, sodass das Deckdesign schließlich dem Skater Jason Lee übertragen wurde. In der Werbeanzeige eines Skatemagazins für das Label „Blind“ posierte Lee mit einem sogenannten Whopper in der Hand, in einem Outfit, das Valley als Nachahmung seines Kleidungsstils empfand.⁶²⁹ Valley fasste die Anzeige als Unterstellung der Unaufrichtigkeit seiner Überzeugungen auf. Trotz oder auch gerade wegen dieses skatekulturinternen Konfliktes wurde dieses und ähnlich veränderte „Burger King“-Motive⁶³⁰ mehrfach als Sticker- und Deckmotiv publiziert.

⁶²⁵ „Burger King“©.

⁶²⁶ Da der Sticker bereits 1991 publiziert wurde, bezieht sich das adaptierte Motiv auf eine ältere Version des „Burger King“-Logos. Vgl. <https://www.pinterest.com/pin/574420127442598030/>. Stand: 05.01.2016.

⁶²⁷ Vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 59.

⁶²⁸ Vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 59.

⁶²⁹ Vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 60.

⁶³⁰ Manch andere der Deck- und Sticker motive, die dieser Jason Lee Reihe zugehörig sind, könnten auch der Kategorie der sogenannten „ripp-off graphics“ (In: Cliver 2014 [2004] S. 80. Vgl. auch Kap. 8.4 und Cliver 2014 [2004]. Abb. S. 59) zugeordnet werden, da die Motivik dem jeweiligen Original gegenüber nur marginal verändert wurde.

8.3.4 „America“ Motiv: Hinweisschild

Bezüglich der Anwendung bzw. Fortsetzung der Détournementstrategie soll hier ein weiteres Beispiel angeführt werden, bei dem im Gegensatz zu den zuvor gezeigten Stickern, die Vorlage nicht aus dem Bereich der Werbung, sondern aus dem Bereich der Verbotsschilder gewählt wurde. Der Einsatz von Schildern hat sich als ein weitverbreitetes, visuelles Kommunikationsmittel zur Strukturierung des urbanen Lebens etabliert. Insbesondere Verbote werden im öffentlichen Raum mithilfe von Schildern formuliert. Mit ebensolchen Verbotsschildern werden gerade Skater nahezu täglich bei der Ausübung ihres Sportes im öffentlichen Raum konfrontiert, da das Skaten vielerorts verboten ist.⁶³¹ Diese das Skaten verbietenden Schilder gibt es in unterschiedlichsten Variationen. Die Gestaltung des hier thematisierten Skatestickersets⁶³² (Abb. 8.3.4.1, Abb. 8.3.4.2) korreliert mit einer im angloamerikanischen Raum weitverbreiteten Version eines Verbotsschildes: ein weißes, zumeist rechteckig angelegtes Schild, auf dem mit schwarzer Schrift der Hinweis „NO SKATEBOARDING“ aufgebracht ist (vgl. Abb. 8.3.4.2, oben). Das Stickerset⁶³³ des Labels „America“⁶³⁴ besteht aus einem Stickersheet⁶³⁵, das sich aus mehreren rechteckigen Stickern verschiedener Größen zusammensetzt. Der unterschiedlichen Größen zum Trotz ist das Motiv dieser Sticker identisch: Auf der jeweils weißen Grundfläche der einzelnen Sticker ist mittels schwarzer Farbe der Buchstabe „G“ abgedruckt.

Die Aufklebung dieser Sticker entfaltet ihren Sinngehalt bzw. ihre eigentliche Funktion nur in der Anwendung auf einem der etablierten Skateverbotsschilder. Die jeweils beiliegende Anleitung erklärt dem Besitzer des Sets die Anwendung der einzelnen Sticker: Auf den

⁶³¹ Vgl. Kap. 2.

⁶³² Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007. S. 103f).

⁶³³ Sogenanntes „Design‘ Sticker Kit“.

⁶³⁴ „America“©.

⁶³⁵ Vgl. u. a. Kap. 6. 8.

Skateverbotsschildern soll – ganz im Sinne der Détournementstrategie – mit dem „Emerica“-Sticker der Buchstabe „N“ im ersten Wort „NO“ überklebt werden. Diese auf materieller Ebene marginale Veränderung führt zu einer absoluten Umkehrung der Botschaft des Schildes: „GO SKATEBOARDING“. Durch die Anwendung des Détournements wird das von den Gegnern der Szene produzierte und angebrachte Schild zu einer Aufforderung zum Skaten. Da der direkte bzw. imperative Duktus der formellen Verbindlichkeit des Schildes unangetastet gelassen wird, bleibt selbst nach der Umkehrung der Botschaft der autoritäre Charakter erhalten.

In dieser Anleitung zur Umkehrung der Botschaft des Schildes, die aufgrund ihrer Komplexität auch als Initiative oder Projekt bezeichnet werden könnte, drückt sich eine Auflehnung gegen das öffentliche Regelsystem aus. Aufgrund ihrer unkomplizierten Anbringbarkeit sind diese Skatesticker, als Methode des Protestes, gegen die häufigen Skateverbote bzw. gegen das öffentliche Regelsystem im Allgemeinen, geeignet. In der inhaltlichen Umkehrung der bekannten Verbotsschilder drückt sich wiederum der in der Skatekultur verbreitete Gedanke der Okkupation und Rückeroberung des öffentlichen Raumes aus.⁶³⁶

Der Erfinder bzw. Designer Yogi Proctor erläutert in „Skateboardstickers“:

„It was a little bit fun at the expense of the authorities at large, and it worked. Stories were heard of bewildered security officers who, after yelling ‚Can't you read the sign‘, were struck dumb as it was pointed out by the skaters that ‚Yes‘ they could in fact read, and according to the sign ‚It says it's ok to skate here‘.“⁶³⁷

Durch dieses Zitat wird angedeutet, dass dieses Stickerset sogar als eine Art Aufforderung zur Selbsthilfe, um formulierte Skateverbote zu umgehen, aufgefasst werden könnte. Komplexe Konfliktproblematiken, die nicht nur die konkrete Ausübung eines Sportes, sondern auch die Identifikation mit einem Lifestyle betreffen, manifestieren

⁶³⁶ Vgl. Kap. 8. 5.

⁶³⁷ Proctor 2004. S. 72.

sich hier im Format eines einzelnen Skatestickers. Der Erfolg dieses Stickerdesigns wurde vom Erfinder bestätigt:

„The ‚design‘ sticker kit was a success, not in the fact that it sold more products, or even for the fact that it represented a brand, it was a success in that it literally stuck one on the man.“⁶³⁸

8.3.5 „Tracker Trucks“ Motiv: Verbotsschild

Ein weiteres, weniger komplex konzipiertes Beispiel⁶³⁹ dieser Sticker-gattung veranschaulicht Abbildung 8.3.5.1. Der Sticker des Labels „Tracker Trucks“⁶⁴⁰ hat eine weiße⁶⁴¹, quadratische Grundfläche (ca. 8 cm x 8 cm). Auf dieser ist mittels signalroter Farbe das Motiv aufgebracht: ein roter Ring, der durch einen von links unten nach rechts oben verlaufenden Querbalken ergänzt wird. Auf dem Querbalken ist durch weiße Schrift bzw. Aussparung die Beschriftung „SKATERS ONLY“ aufgebracht. Bereits die formale Beschreibung deutet an, dass dieses Stickermotiv nach der Vorlage eines bekannten Verkehrszeichens konzipiert wurde: dem Verbotsschild. Auch wenn auf den offiziellen Verbotsschildern der Querbalken häufiger von rechts unten nach links oben verläuft, wird deutlich, dass der konkrete, formale Aufbau des anerkannten Zeichens nachgeahmt wurde. Wie bereits mehrfach erwähnt, befinden sich Skater bei der Ausübung ihres Sportes im stetigen Konflikt mit der Gesetzgebung, die das Ska-

⁶³⁸ Proctor 2004, S. 72.

⁶³⁹ „Tracker Trucks“©. Dieses Stickerexemplar wurde bereits im Korpus von „Skatesticker – unentdeckte Kunstwelten“ (Pachl 2007) dokumentiert. Die Analyse dieser Abbildung wurde jedoch modifiziert und um den gegenwärtigen, bildwissenschaftlichen Forschungsfokus erweitert (vgl. Pachl 2007, S. 102f).

⁶⁴⁰ Ein Label, das sich auf die Herstellung von geeigneten Skateboardachsen spezialisiert.

⁶⁴¹ Auf der Abbildung erscheint der Bildhintergrund gelblich. Nach Rückfrage bei den Skatestickersammlern geben diese allerdings an, dass es sich um eine zunächst weiße Grundfläche handelte, die im Laufe der Aufbewahrung im Sammelalbum vergilbt ist.

ten im öffentlichen Raum vielerorts verbietet.⁶⁴² Zur Unterstützung staatlicher Exekutive wurden gerade im angloamerikanischen Raum zahlreiche, formal oftmals ähnlich konzipierte, das Skaten untersagende Verbotsschilder aufgestellt. Da Skater stetig mit diesen Verbotsschildern konfrontiert werden, scheinen sie von den Skatestickerdesignern besonders häufig als zu modifizierende Inspirationsquelle genutzt zu werden. Indem sie die Beschriftung des Schildes ändern – von dem etablierteren „NO SKATEBOARDING“ zu „SKATERS ONLY“ –, kehren sie die Bedeutung der adaptierten Motivvorlage – im Sinne eines *Détournements* – um. Dadurch wird der Skatekulturfremde ausgegrenzt und, wie den Szenezugehörigen gemeinhin bekannt, des Platzes verwiesen. Ein Skater wird jedoch mittels der auf dem Stickermotiv formulierten Distinktion zum ungestörten Skaten eingeladen.

8.4 Adaptionen aus dem Bereich der Populärkultur

Neben Adaptionen aus dem Bereich der Kunst sind auch motivische Adaptionen aus anderen bildbasierten Bereichen auf Skatestickern zu verzeichnen, so etwa aus der Populärkultur. Die Art der Inszenierung der hier angeführten Bildbeispiele lässt jedoch, im Gegensatz zu den zuvor aufgezeigten *Détournement*- bzw. *Adbusting*stickern, nicht auf kritische Konnotationen gegenüber den Originalen schließen, sondern intendiert viel eher eine Würdigung der zitierten Produkte und Medien.⁶⁴³ Einige dieser Stickerexemplare wirken geradezu wie Lizenzprodukte⁶⁴⁴. Die im Folgenden gezeigten Aufkleber wecken vielmehr den Eindruck, es handle sich um in Kooperation entstandene Designs, die sodann simultan das Skatelabel und die zitier-

⁶⁴² Vgl. u. a. Kap. 2, Kap. 8. 3. 4.

⁶⁴³ Würde von der Prämisse kritischer Konnotationen beim Vorgang des *Détournements* abgesehen werden, so könnten diese Motivadaptionen aus dem Bereich der Populärkultur ebenfalls als Anwendung einer *Détournement*strategie aufgefasst werden.

⁶⁴⁴ Die Anfragen an entsprechende Skatelabels wurden leider nicht beantwortet.

te bzw. miteinbezogene Marke bewerben. Es scheint, als sei Ende der 1980er Jahre und Anfang der 1990er Jahre das unautorisierte Raubkopieren von Lizenzprodukten eine beliebte Motivquelle für Skatesticker und Skatedecks gewesen. Cliver bezeichnet ebensolche Designs als „ripp-off graphics“.⁶⁴⁵ Mindestens zwei verschiedene Aspekte können als Begründung für dieses Vorgehen vermutet werden: Zum einen wurden zu dieser Zeit frappierend viele Sticker- und Deckgrafiken publiziert, sodass einige Designer über massiven Zeitdruck und kreative Krisen bezüglich der Motivgestaltungen klagten.⁶⁴⁶ Indem aber bereits existierende Motive aus dem Bereich der Populärkultur aufgegriffen und mit minimalen Änderungen weiterverwendet wurden, schien eine Lösungsmöglichkeit gefunden, um das genannte Dilemma zu umgehen.

Zum anderen spiegelt sich in diesem weitverbreiteten und unerlaubten, aber geradezu zelebrierten Motivdiebstahl wiederum das, in der Skatekultur auf diversen Ebenen symbolisierte Ideal von Rebellion und Okkupation.⁶⁴⁷

Skatedesigner Marc McKee berichtet in einem Interview mit Chris Nieratko:

„How many cease and desists have you gotten over the years and which was the first?

There weren't that many compared to how many graphics that we did that we actually could have got sued for. I would say probably for graphics that I did, there were only about six or seven. I think the first one was for the Jason Lee American Icons board. There were two versions of that graphic, and on the first version it said pretty clearly on the six-pack that it was Miller Genuine Draft. So then after we got the cease and desist Mark suggested I change it to say ‚Macho Genuine Draft‘, which I thought made it even better.“⁶⁴⁸

⁶⁴⁵ Cliver 2014 [2004]. S. 80.

⁶⁴⁶ Vgl. Cliver 2014 [2004]. S. 80, Burkeman 2010 S. 82.

⁶⁴⁷ Vgl. Kap. 2, Kap. 3, Kap. 8. 5.

⁶⁴⁸ Vgl. <http://www.vice.com/read/meet-the-nieratkos-marc-mckee>. Stand: 28.01.2016.

In einem anderen Interview wird Marc McKee ebenfalls auf dieses Vorgehen angesprochen und antwortet:

„It was pretty awesome. Plus we were still a relatively small company and I'm guessing the letters were sent as more of a formality since we really didn't have the kind of deep pockets that legal departments would really want to go after.“⁶⁴⁹

Auch aus diesem speziellen Adaptionsbereich sollen stellvertretend einige Stickerbelege vorgestellt werden.

8.4.1 „Santa Cruz“ Motiv: Emily the Strange

Abbildung 8.4.1.1 zeigt einen hochformatigen Sticker des Labels „Santa Cruz“ (ca. 12 cm x 5 cm). Darauf ist die aus dem Bereich des Comics bekannte Figur „Emily the Strange“⁶⁵⁰ abgebildet. „Emily the Strange“ war zunächst Protagonistin eines Comics und repräsentiert eine weibliche Außenseiterfigur, die insbesondere durch eine morbide und düstere Weltsicht auffällt. Inzwischen hat sich die Figur der „Emily“ zu einer modischen Marke entwickelt, von der zahlreiche Lizenzprodukte und Accessoires (z. B. Handtaschen, Schmuck, Kleidung etc.) zum Verkauf angeboten werden.

Auf dem Skatesticker steht diese Figur, nebst den ihr obligatorisch zugeordneten Katzenfiguren, innerhalb eines für Comicstrips charakteristischen Rahmens. Durch die verschiedenen Größen der Tiere entsteht auf der weißen Hintergrundfläche des Stickers eine räumliche Tiefenwirkung. Die Figuren entstehen, wie für die „Emily the Strange“-Comics üblich, aus monochromen, schwarzen Farbflächen vor weißem Grund. Im unteren Drittel innerhalb der Rahmung ist, in der aus den Comics bekannten Schrift, folgende Aussage zu lesen: „Emily didn't look tired or happy. She looked like she always looks. Strange.“

⁶⁴⁹ Vgl. <http://espn.go.com/action/skateboarding/news/story?page=marc-mc-kee-skateboard-graphics>. Stand: 28.01.2016.

⁶⁵⁰ „Emily the Strange“©.

Erst außerhalb der roten Rahmung kann der Betrachter einen Hinweis auf die zusätzliche Konnotation auf ein Skatelabel erkennen.⁶⁵¹ Oberhalb der Rahmung ist der Name des Profiskaters Ross Goodman zu lesen, unterhalb der Rahmung, ebenfalls in der für „Emily the Strange“ charakteristischen, roten Schrift mit Serifen, steht der Labelname „SANTA CRUZ“. Innerhalb dieses Stickerdesigns scheinen zwei Marken in Kooperation zu werben: „Santa Cruz“ und „Emily the Strange“. Auffallend ist, dass auf kompositorischer Ebene die Bereiche der Marken klar voneinander getrennt bleiben. „Emily“ wird innerhalb der Rahmung präsentiert, „Santa Cruz“ und der Profiskater Goodman außerhalb der Rahmung. Leider blieb die Anfrage an das „Santa Cruz“-Label, ob es sich bei diesem Stickerdesign um ein Lizenzprodukt handle, unbeantwortet, weshalb die Interpretation auf einer induktiven Interpretationsstrategie basierend bleiben muss. Es kann vermutet werden, dass mit der Auswahl dieses Stickermotivs eine Affinität zu der Figur „Emily the Strange“ ausgedrückt werden sollte. „Emily the Strange“ repräsentiert das coole⁶⁵² Außenseitertum. Somit kann das Design als eine Kombination zweier verschiedener gesellschaftlicher Außenseiterpositionen, zwischen Außenseiterin „Emily“ und dem negativen, mitunter kriminalisierten Image der Skatekultur, aufgefasst werden.

8.4.2 „Fuct“ Motiv: Goodfellas

Eine weitere Inszenierung einer gesellschaftlichen Außenseiterrolle scheint das Design von Abbildung 8.4.2.1 aufzugreifen. Der Sticker zeigt einen Abdruck des Werbe- bzw. Filmplakates für den Filmklassiker „Goodfellas“⁶⁵³ (ca. 6 cm x 9 cm). Ähnlich wie in dem vorhergehenden Stickerbeispiel besteht eine der wenigen Veränderungen im Gegensatz zum Original in einer eingefügten hellblauen Rahmung des Stickers und dem (diesmal innerhalb der Rahmung) eingefügten

⁶⁵¹ Aufgrund der Dominanz des Stils und der Motivik der Darstellung wirkt der Sticker insgesamt eher wie ein Lizenzprodukt der „Emily the Strange“-Marke.

⁶⁵² Vgl. Geiger/Schröder/Söll 2010.

⁶⁵³ Scorsese 1990.

Labelnamen „Fuct“.⁶⁵⁴ Der Film „Goodfellas“ handelt von der Umsetzung und Ausführung mafïöser Strukturen in den USA, ebenfalls abseits von den gesellschaftlichen Autoritäten und Institutionen.

Auch das Firmenporträt des Labels „Fuct“ dokumentiert einige inhaltliche Parallelen bezüglich einer gesellschaftlichen Außenseiterposition:

„Seit der Gründung im Jahr 1991 ist es dem im kalifornischen Los Angeles beheimateten Label FUCT™ gelungen, die Streetwear-Szene aufzumischen wie kein Zweites. Nahezu im Alleingang hat es das Baby von Graffiti Artist Erik Brunetti aka Den One geschafft, seit den etwas un stetigen Anfängen aus Brunettis kleiner Bude heraus, das Fundament für eine ganze Generation von Streetwear-Brands und -Designern zu legen. FUCT™ gilt mit seinem genauso umfangreichen wie innovativen Katalog als Vorläufer subversiver Streetwear, die sich mit einem ‚ganz witzigen‘ Motiv nicht mehr begnügt, sondern politische sowie kulturelle Botschaften transportieren will. [...] Mit einer gesunden Mischung aus provokanten Motiven und einprägsamen Anzeigenkampagnen ist es FUCT™ in unvergleichlicher Art und Weise gelungen, sich eine treue Fangemeinde aufzubauen, die vor allem die kompromisslose Haltung und die stilsichere Handschrift des Labels schätzt. Heute steht FUCT™ für Konsumverweigerung und progressive Denkweise, für einen Gegenentwurf zur Dekadenz der westlichen Welt.“⁶⁵⁵

Sowohl der Film „Goodfellas“ als auch das Label „Fuct“ thematisieren inhaltlich die Subversion bestehender Gesellschaftssysteme. Beide scheinen – oder propagieren dies zumindest – nach eigenen Regeln

⁶⁵⁴ „Fuct“©. Auch wurde die Anfrage, ob es sich um ein Lizenzprodukt handle, nicht beantwortet, aber aufgrund der propagierten Subversivität des Labels ist nicht davon auszugehen, dass für die Kopie und Publikation des Motivs eine Lizenz beantragt wurde.

⁶⁵⁵ Vgl. http://www.hhv.de/index.php?&lang=de&kategory=&division=&label=Fuct&action=clothing_Set&newSearch=1&formtrue=1&sort=0. Stand: 24.06.2012.

und Normen zu agieren.⁶⁵⁶ Insofern scheint dieses Stickerdesign eine Hommage an den Film und die Inhalte der „Goodfellas“ zu sein. Das Label intendiert durch die Motivverwendung offenbar eine Übertragung der Konnotationen von Coolness⁶⁵⁷ und Subversion auf das eigene Markenimage. In „Goodfellas“ gelingt die Inszenierung von Coolness durch lässige Gesten, Mimiken und Sprüche. In der Skatezene wiederum wird ein lässiger, cooler Skatestil angestrebt, dem nach Möglichkeit nicht anzusehen ist, wie viel Energie und Konzentration zur Durchführung der Skatetricks notwendig sind.

8.4.3 „Blind“ Motiv: Dumbo

Eine weitere motivische Adaption aus dem Bereich der Populärkultur repräsentiert der Sticker auf Abbildung 8. 4. 3. 1 (ca. 12 cm x 8 cm). Der Sticker zeigt die „Disney“-Figur „Dumbo“. Unter der bekannten Figur ist in einer „Western“-Schrift der Skatername „GUY MARIANO“ abzulesen. Die Recherchen ergaben, dass dieses populäre Motiv zur Repräsentation des Profiskaters Guy Mariano ausgewählt wurde, da dieser ebenfalls markant große Ohren hat:

„Guy Mariano might have unveiled Steve Rocco's ultimate secret. ‚We were all just kids, man‘ he reminisces as he relives his journey through Powell, Blind and Girl, ‚and I feel that Steve himself was just a kid, too.‘ Only a kid who happens to have made a bit of pocket money. So why bother with candy when you can actually buy the whole store, then set it onfire just for the laughs? Hence

⁶⁵⁶ Auffallend ist außerdem, dass in „Goodfellas“ die Verwendung des Ausdrucks „fuck“ explizit inszeniert wird. Die Häufung dieser Begriffsverwendung wird sogar durch einen auf „YouTube“ offerierten Zusammenschnitt dokumentiert (vgl. https://www.youtube.com/watch?v=eceOX_s5Tk8. Stand: 12.02.2016). Auch dadurch entsteht eine Korrelation mit dem „Fuct“-Label: Eine repetitive Verwendung dieses Ausdrucks klingt letztlich ähnlich wie der Labelname. Des Weiteren könnte mit „Fuct“ eine variierte Schreibweise der Partizipform des Verbes angedeutet werden.

⁶⁵⁷ Vgl. u. a. Geiger/Schröder/Söll 2010. S. 7ff.

the guns, the death, the sex, all these unknown, therefore fascinating, things for anybody immature enough to get the joke. Dumbo Board aside, (too direct of a jab at his ears size), Guy loved it all.”⁶⁵⁸

Auf gestalterischer Ebene ist interessant, dass es zu einer unveränderten Zitation einer Figur der Populärkultur auf einem Skatesticker kommt. Lediglich der unter der Figur platzierte Skatername differenziert diesen Sticker von einem Werbeaufkleber für die Erfolgsmarke „Disney“⁶⁵⁹.

Die Kuratoren der Ausstellung „Skateboardfieber“⁶⁶⁰ berichten ebenfalls⁶⁶¹ von einer Serie sogenannter „Warner Bros. Ripp Off Boards“, in deren Folge auch der hier gezeigte Sticker entstanden sein könnte:

„At the time of its release the idea of stolen copyright characters was still a novel concept and pretty much mirrored perfectly the delinquent attitude of street skating, which by definition involves trespassing and destruction of property. The Warner Bros. graphic series was also a harbinger of what in just a few years brought the golden era of World graphics to an end, when all of its various brands homogenized creatively into a blur of quickly done ‚stolen‘ graphics with shorter and shorter shelf lives [sic]. Early on World had pioneered the quick turnover of graphics to leap-frog ahead of its competitors, whose creative depts. were often bogged down by lengthy committee design meetings and slow to market introduction of new product. The quick graphic turnaround was a strategy that worked in the beginning, but later lost its effectiveness as other small companies arose that

⁶⁵⁸ Vgl. <http://memoryscreened.wordpress.com/2011/12/13/guy-mariano-it-took-me-years-to-realize-the-value-of-this-kind-of-board-who-would-do-that-nowadays-have-this-idea-and-then-spend-a-whole-day-making-it-happen/>. Stand: 27.06.2012.

⁶⁵⁹ „Disney“©.

⁶⁶⁰ Vgl. http://www.fauxami.de/event_sfb.htm. Stand: 21.02.2015.

⁶⁶¹ Vgl. Kap. 8. 4.

could adopt the same tactics. At the same time, with the introduction of all the new variety and competition, World was no longer able to coerce shops into buying in to its product line with threats of being black-balled, and as a result the subversive element vanished from its product line to a large degree."⁶⁶²

8.5 Interpretation der Adaptionen auf Skatestickern

Im vorausgegangenen Kapitel belegen zahlreiche Beispiele Prozesse, die Adaptionen zwischen den Bereichen der Kunst bzw. auch dem Bereich der Populärkultur und dem Phänomen der Skatesticker dokumentieren.

Wie bereits formuliert, konnte bestätigt werden, dass die feststellbaren Adaptionsprozesse in mindestens drei methodische Ansätze untergliedert werden können:

Ein häufig zu konstatierendes Vorgehen ist die Methode der Adaption von Motiven aus anderen bildbasierten Bereichen (vgl. Kap. 8. 1, Kap. 8. 4). Des Weiteren können auf den Skatestickern Prozesse nachgewiesen werden, bei welchen ein in der Kunst etablierter künstlerischer Stil adaptiert wird (vgl. Kap. 8. 2). Außerdem tritt eine Adaptionsmethode in Erscheinung, bei der auf bekannte künstlerische Strategien zurückgegriffen wird (vgl. Kap. 8. 3). Teilweise konnten sogar Überschneidungen bzw. Kombinationen dieser drei methodischen Adaptionsansätze nachgewiesen werden (vgl. Kap. 8. 2. 3).

Für das Adaptieren von Kunst im Bereich der Skatesticker gilt, dass es grundsätzlich selten in Form eines unverändert adaptierten Bildes auftritt, wie etwa das Abdrucken eines etablierten Motives auf dem Miniaturformat eines Skatestickers. Kunst wird auf Skatestickern zitiert und dabei zumeist variiert (vgl. u. a. Kap. 8. 1. 4, Kap. 8. 1. 1).

⁶⁶² Vgl. http://www.fauxami.de/Winter_Bright_08_Censorship.html. Stand: 22.02.2015.

Offensichtlich experimentieren Skatestickerdesigner mit diversen Elementen der Kunst. Die Begründungen bzw. auch die Intentionen für dieses Experimentieren scheinen aus einem komplexen Konglomerat jeweils individuell unterschiedlich zu gewichtender Einzelaspekte zu bestehen. Im Folgenden sollen zunächst die erudierbaren Einzelaspekte erläutert werden:

Bei einigen namentlich bekannten Skatestickerdesignern kann anhand veröffentlichter Biografien recherchiert werden, dass diese eine professionelle Ausbildung zum Designer und/oder sogar als bildender Künstler absolviert haben.⁶⁶³ In diesen Fällen kann geschlossen werden, dass die Designer sich innerhalb ihrer Ausbildung auch mit den Gestaltungsprinzipien der Kunst auseinandergesetzt haben müssen und dieses Wissen offensichtlich als Inspirationsquelle für eigene Designs nutzen.

Dieser Einzelaspekt kann jedoch keineswegs als die umfassende Erklärung für Kunstadaptionen auf Skatestickern beurteilt werden, denn auch Skatedesigner, die keine professionelle Ausbildung durchlaufen haben, nutzen offensichtlich Elemente der Kunst als inspirierendes Bildmaterial für eigene Arbeiten. Ein exemplarischer Beleg dieser Annahme findet sich in einem Interview mit Marc McKee. In diesem Textauszug erläutert McKee u. a. den Entstehungsprozess einer populär gewordenen Deckgrafik in Absprache mit Jason Lee⁶⁶⁴, dem durch das Deck repräsentierten Profiskater:

„A few art books floated around the World Industries art department early on and had a lasting influence [sic]the graphics and ads. On its first print run this graphic had a colorful Warhol-inspired stained glass pattern in the background with the American flag printed much smaller on the tail. Jason [Lee] suggested dropping the background

⁶⁶³ Beispielsweise ist von dem Skateboard- und Skatestickerdesigner Jeremy Fish, der unter anderem für das Label „Nike“ gearbeitet hat, bekannt, dass er am San Francisco Art Institute studiert hat (vgl. <http://www.totalprosports.com/2012/07/20/27-examples-of-awesome-skateboard-art/12>. Stand: 12.01.2015).

⁶⁶⁴ Dieses Motiv wurde in geringfügig modifizierter Form auch als Skatesticker publiziert.

pattern and replacing it with the flag, which made the message of the board come across a lot better.”⁶⁶⁵

Die Designer und Skatelabels profitieren durch den Einsatz der Kunstadaptionen, sonst würden diese beim Entwurf von Skatestickern folgerichtig nicht angewendet werden.

Bei einer nicht unerheblichen Anzahl angewandter Adaptionen aus dem Bereich der Kunst wird der hohe Wiedererkennungswert der adaptierten Bilder eine Begründung für deren Einsatz sein. Davon ist beispielsweise bei der Verwendung von Leonardo da Vincis „Das Abendmahl“⁶⁶⁶ als Stickermotiv des Labels „Supreme“⁶⁶⁷ auszugehen. „Das Abendmahl“ ist ein bemerkenswert populäres Gemälde, welches vermehrt von der Populärkultur aufgegriffen wird. Infolge dieser Popularität in Kombination mit dem hohen Wiedererkennungswert des Motivs kann auch die Aufmerksamkeit eines Betrachters aktiviert werden, der nicht der Skateszene angehört. Gerade da dieses Gemälde so häufig von der Populär- und Werbekultur adaptiert wird, ist davon auszugehen, dass Leonardo da Vincis Gemälde wesentlich mehr Menschen bekannt ist als der Name des Skatelabels „Supreme“.⁶⁶⁸

Der Effekt der, wenn auch variierten Abbildung dieses Motivs auf einem im öffentlichen Raum aufgeklebten Sticker ist, dass neben Skatern Passanten auf den Sticker aufmerksam werden, die diesem Sticker ohne das populäre, wiederzuerkennende Motiv keine Aufmerksamkeit geschenkt hätten. Selbst wenn in diesem Fall der beworbene Markenname „Supreme“ erst bei genauerer Betrachtung ersichtlich wird, kann ein Passant durch die – mittels des bekannten und wiedererkannten Motivs – erfolgte Aktivierung auf das werbende Label aufmerksam werden.

⁶⁶⁵ Vgl. http://www.fauxami.de/Winter_Bright_08_Censorship.html. Stand: 12.12.2016.

⁶⁶⁶ Leonardo da Vinci: Das Abendmahl. ~1495–1497, Öl und Tempera auf Mauerwerk, 422 cm x 904 cm, Santa Maria delle Grazie, Refektorium, Mailand.

⁶⁶⁷ Vgl. Kap. 8. 1. 2.

⁶⁶⁸ Selbst wenn es sich bei diesem Label um ein in der Skate- bzw. Modeszene populäres und etabliertes Label handelt.

Eine weitere Begründung des Einsatzes bzw. Zulassens von Adaptionen aus dem Bereich der Kunst könnte sein, dass sich die Skatelabels bzw. die Designer durch die Verwendung selbst in einen konkreten Bezug zur Kunst setzen möchten. Während der Recherchen fiel auf, dass Designer von Skatedecks und Skatestickern innerhalb der Szene vorwiegend als Artists bezeichnet werden (vgl. Kap. 3, Kap. 4). Um nur einige Belege aufzuzählen: Der Skatedesigner Wes Humpston schreibt auf der Homepage von „Bulldog Skates“: „I started Bulldog Skates, designing the boards and doing the art.“⁶⁶⁹ Marc McKees Arbeiten werden vom Redakteur der „ESPN Action Sports“⁶⁷⁰ Website Chris Nieratko mit folgenden Worten eingeführt:

„His iconic artwork is what many think of when they think of the greatest skaters of the past 20 years.“⁶⁷¹

Wesentlich seltener treten in skatekulturspezifischen Diskursen die Begriffe des Skateboarddesigns bzw. Skatestickerdesigns auf; vielmehr werden die gestaltenden Bereiche der Skatekultur grundsätzlich als Skateboardart⁶⁷² bezeichnet. Die gewählten Bezeichnungen implizieren die Anerkennung und Würdigung des kreativen und künstlerischen Potentials der Skateboard- bzw. Skatestickerdesigner.

Indem innerhalb der publizierten Designs ein versierter Umgang mit Motiven und Strategien anerkannterer Kunstgattungen demonstriert wird, könnte also gleichsam auf den eigenen Status als Künstler hingewiesen werden.

Außerdem kann der innerhalb der Skatekultur weitverbreitete Gedanke der Okkupation als eine zusätzliche Begründung für die Adaptionen von Kunst in Betracht gezogen werden. Die in der Skatekultur dominierende Ideologie der Okkupation⁶⁷³ der (urbanen) Umwelt und der Umwälzung anerkannter Ordnungen drückt sich überwiegend in Konflikten mit Ordnungshütern aus, die beauftragt sind,

⁶⁶⁹ Vgl. http://www.bulldogskates.com/about_wes.html. Stand: 10.6.2015.

⁶⁷⁰ Vgl. <http://espn.go.com>. Stand: 21.05.2015.

⁶⁷¹ Vgl. <http://espn.go.com/action/skateboarding/news/story?page=marc-mckee-skateboard-graphics>. Stand: 10.07.2015.

⁶⁷² Vgl. auch <https://www.pinterest.com/judgemeadow/skateboard-art/>. Stand: 14.07.2015.

⁶⁷³ Vgl. Kap. 2, Kap. 7.

das weitverbreitete Verbot des Skatens im öffentlichen Raum durchzusetzen. Mitunter durch eben diese Konflikte⁶⁷⁴ etablierten sich rebellische Parolen wie etwa „Youth Against Establishment“⁶⁷⁵ oder „Skate and Destroy“⁶⁷⁶ und die Ideologie des (Zurück-)Eroberns⁶⁷⁷ des öffentlichen und anonymen Stadtraums. Auf diesen Aspekt der Okkupation und die Relationen zwischen Skatern und ihrer urbanen Umwelt gehen u. a. auch die Publikationen von Iain Borden (Skateboarding, Space and the City: Architecture and the Body. Oxford 2001.) und Sebastian Schweer (Skateboarding: Zwischen urbaner Rebellion und neoliberalen Selbstentwurf. Bielefeld 2014.) explizit ein. Auch Holger von Krosigk beschreibt in „Absolute Beginners“ eindrücklich die Eroberung des Stadtraums durch das Skaten:

„Faszination Streetskating erwächst der Beschaffenheit der Stadt: aus ihrer Tristesse, Langeweile und Konformität. Städte erlauben Jugendlichen keinen freien Raum zur persönlichen Entfaltung. Alle Wege sind vorgegeben, selbst die zur ‚Erholung‘. Skateboarding kennt diese Konventionen nicht. Im Gegenteil: Skateboarding bricht Konventionen. Der ‚Sidewalk Surfer‘ benutzt Bruchstücke des Systems Stadt und interpretiert sie neu. Denn das Prinzip des Streetskatens ist es, genau dort Wege zu finden, wo niemand zuvor gegangen ist. Für den Skater ist die Stadt

⁶⁷⁴ Vgl. Kap. 8. 3. 1.

⁶⁷⁵ Der Ausdruck wurde insbesondere von „Volcom“ aufgegriffen und als Motto des Labels etabliert. Im „Brandifesto“ auf der Website des Labels kann folgendes Statement zur Intention des Labels nachgelesen werden: „The company was built on liberation, innovation and experimentation while remaining dedicated to the breakdown of established traditions. Today, Volcom stays ‚True To This‘, symbolizing integrity, authenticity, individuality and the pure fun of riding.“ Vgl. <http://www.volcom.com/company/>. Stand: 14.01.2015.

⁶⁷⁶ Vgl. Kap. 9. 4. 12.

⁶⁷⁷ Mit dem Begriff der Zurückeroberung sollte darauf hingewiesen werden, dass das Skaten im öffentlichen Raum zuvor erlaubt bzw. nicht verboten war, da das Phänomen kurz nach seiner Erfindung den Ordnungskräften noch nicht bekannt war und es somit davor auch noch keine Verbotsparagrafen geben konnte.

nicht mehr ein funktionelles System, sondern ein großer Spielplatz, auf dem die Regeln vorübergehend außer Kraft gesetzt sind. Die Funktionen der Architektur werden neu ausgelegt. Das Stahlrohr, das den Parkplatz des Supermarkts umrandet, stellt jetzt keine Grenze mehr dar, sondern ist Hilfsmittel für Grinds und Slides aller Art. [...] Alle Teile der Stadt existieren nur noch in Beziehung zum Board und seinen Möglichkeiten.⁶⁷⁸

Der Drang zur Okkupation setzt sich, neben dem unautorisierten Skaten, auch im Bekleben und somit Okkupieren der urbanen Umwelt fort. Durch die Markierung öffentlicher Plätze und Gegenstände mit Skatestickern wird die urbane Umwelt geradezu als ein Territorium der Skateszene ausgewiesen.

Auch die Adaptionen aus dem Bereich der Kunst auf den Skatestickern könnten als ein weiteres Element dieser facettenreichen Okkupationsideale der Skatekultur aufgefasst werden. Die Bilder, Motive, Stile und künstlerischen Strategien, die eigentlich im Bereich der Kunst etabliert sind, werden von den Skatedesignern vereinnahmt bzw. okkupiert, indem sie (mitunter unautorisiert) verwendet und zugunsten der Wirkung der Stickergestaltungen benutzt werden.

Wie die vorausgegangenen Stickerbeispiele⁶⁷⁹ belegt haben, wird in den seltensten Fällen ein ursprünglicher bzw. zitierter Schöpfer eines Kunstwerkes konnotiert oder gar um Erlaubnis gebeten⁶⁸⁰. Auch auf dieser gestalterischen Ebene könnte also eine ideologische Durchdringung der Skateszene mit Okkupationsgedanken festgestellt werden.

Wie bereits in den Kapiteln zur angewandten Methodik angekündigt⁶⁸¹, sollen an dieser Stelle des Weiteren als ikonologisch zu bezeichnende Dimensionen der Verwendung von Kunstmotiven und Kunststrategien auf Skatestickern aufgegriffen werden. Nach Panofsky beinhaltet eine ikonologische Interpretation⁶⁸² auch das Betrachten eines Kunstwerks bzw. hier eines komplexen Bildphä-

⁶⁷⁸ Krosigk/Tscharn 2011 [2000]. S. 26.

⁶⁷⁹ Vgl. Kap. 8.

⁶⁸⁰ Vgl. Kap. 8. 4.

⁶⁸¹ Vgl. Kap. 1.

⁶⁸² Vgl. Kap. 1.

nomens als ein Dokument bzw. als ein kulturelles Symptom⁶⁸³ seiner Zeit.

Wird die Anwendung von Bildern, Motiven, Stilen und Strategien der Kunst auf den Skatestickern als ein Dokument des 20. bzw. 21. Jahrhunderts aufgefasst, so fällt im Vergleich zunächst einmal auf, dass diese Adaptionen aus dem Bereich der Kunst nicht nur auf Skatestickern nachzuweisen sind, sondern auch auf bzw. in zahlreichen anderen Medien⁶⁸⁴ und Objekten⁶⁸⁵, die per definitionem nicht der Kunst angehören. Insbesondere in der Werbebranche wird auf Adaptionen aus dem Bereich der Kunst zurückgegriffen. Mit der Beobachtung und Analyse verschiedenster Aspekte dieser Adaptionsprozesse befasst sich die wissenschaftliche Forschung inzwischen eingehend, wie die Publikationen von Meffert⁶⁸⁶, Bickelhaupt⁶⁸⁷, Vock⁶⁸⁸ oder auch Bonazolli/Robecchi⁶⁸⁹ belegen.

Da es sich bei den Skatestickern – auch wenn sich diese zwischenzeitlich von der reinen Werbefunktion abgelöst haben – zumindest ursprünglich um Werbemedien handelt, könnte dieser allgemein für die Werbebranche zu konstatierende Prozess auch als ein Argument zur Begründung der auffälligen Kunstadaptionen herangezogen werden.

Werden diese beobachtbaren Prozesse, in welchen Bilder, Motive, Stile und Strategien der Kunst von anderen, vorwiegend bildbasierten Bereichen adaptiert werden, analysiert, so kann konstatiert werden, dass diese adaptierten Elemente die Grenzen ihres ursprünglichen Kontextes überschreiten können. Dieser Prozess ermöglicht gleichsam, das Auftreten der adaptierten Elemente in neuen, innovativen Kontexten.

⁶⁸³ Vgl. Panofsky 2006 [1955]. S. 40f.

⁶⁸⁴ So beispielsweise in Musikvideos (vgl. u. a. Keazor/Wübbena 2011 [2005]. S. 329ff).

⁶⁸⁵ Selbst der Discounter „Aldi“ bot 2010 diverse Schreibwarensätze, wie Eckspannmappen und Zeitschriftenhalter an, die mit Motiven der sogenannten Wegbereiter der Moderne (im genannten Fall Motive von: Paul Gauguin, Vincent van Gogh und Paul Cézanne) bedruckt waren.

⁶⁸⁶ Meffert 2001.

⁶⁸⁷ Bickelhaupt 2005.

⁶⁸⁸ Vock 2002.

⁶⁸⁹ Bonazolli/Robecchi 2014.

Diese zahlreichen Adaptionen bzw. Konvergenzen zwischen verschiedenen Bildbereichen können als ein kulturelles Symptom⁶⁹⁰ der Gegenwart evaluiert werden.

Die Gesellschaft wurde bis dato nie zuvor mit einer derartigen Vielfalt an Bildern konfrontiert. Durch die Entwicklung der sogenannten Neuen Medien und damit einhergehender neuer Methoden (z. B. die Digitalisierung) und Möglichkeiten der Bilddistribution (z. B. das Internet) wurde eine massenhafte Verbreitung von Bildern begünstigt. Diese massenhafte Verbreitung von Bildern im Zusammenhang mit der Vielfalt ihrer (Re-)Produktionstechniken scheint Adaptionsprozesse zwischen verschiedensten bildbasierten Bereichen nicht nur zu ermöglichen, sondern geradezu zu befördern. Der Prozess, in dem Bilder, Motive, Stile und Strategien in neuen Kontexten auftreten, kann als gegenwärtig zu konstatierender Bildkontextwandel bezeichnet werden.

Mit dem Wandel eines Bildkontextes kann offensichtlich auch eine Veränderung der ursprünglich konnotierten Bedeutung eines Bildes einhergehen.⁶⁹¹ Bestimmte Bedeutungsaspekte können durch diesen sich vollziehenden Kontextwandel verstärkt oder erweitert werden, aber auch ein Verblassen bzw. eine Reduktion von Bedeutungsaspekten ist festzustellen. Als ein Symptom bzw. als eine Konsequenz dieser Konvergenzprozesse zwischen verschiedenen bildbasierten Bereichen sind auch die Kunstadaptionen auf Skatestickern aufzufassen. Der u. a. in Kapitel 6.6 diskutierte „Dogtown“-Sticker kann als exemplarischer Beleg dieser These herangezogen werden: Wie anhand einer kunst- bzw. bildwissenschaftlichen Perspektive festzustellen ist, handelt es sich bei dem Motiv des Stickers um ein Kreuzsymbol. Das Motiv des Kreuzes, insbesondere wenn es sich dabei um eine Komposition aus einem längeren senkrechten Balken und einem kürzeren waagrechten Balken (lateinisches Kreuz) handelt, hat u. a. für den Kunstwissenschaftler eine christlichikonografische Bedeutung. Es symbolisiert die christliche Religion bzw. im Detail die Kreuzigung Christi. Auf dem Motiv des „Dogtown“-Stickers ist hinter

⁶⁹⁰ In Analogie zu Panofsky 2006 [1955]. S. 40f.

⁶⁹¹ Eher selten kann eine absolute Umdeutung der Bildkonnotation festgestellt werden, vielmehr handelt es sich um eine Veränderung von Bedeutungsaspekten.

den gekreuzten Balken des Weiteren eine kreisrunde Form zu erkennen. Diese so zusammengesetzte Formenordnung würde in einem nordeuropäischen Kulturraum Konnotationen an irische Radkreuze und deren kulturelle und religiöse Bedeutung hervorrufen.

Für Skater scheint sowohl die christlichikonografische als auch die kulturgeschichtliche Bedeutung verblasst, vielmehr symbolisiert das Motiv innerhalb der Skateszene die Ursprünge und symbolischen Inhalte der Skatekultur. Diese These wird durch die Ergebnisse der empirischen Studie unterstützt: Auf die Frage, was auf diesem Sticker abgebildet ist, antworten sechs von sieben Skatern mit dem Labelnamen „Dogtown“.⁶⁹² Bei anderen vorgelegten Stickermotiven geben die befragten Skater durchaus die Bezeichnung des Bildgegenstandes an. Ein Missverständnis bezüglich der Fragestellung ist folglich nahezu ausgeschlossen.

Auf eine ebensolche Umdeutung weist auch die Antwort eines weiteren Studienteilnehmers hin: Teilnehmer 15 wurde nach der Aussage des vorgelegten Stickers gefragt (vgl. Kap. 7. 4. 5). Der ihm vorgelegte Sticker zeigt (nahezu) das Motiv eines Eisernen Kreuzes (vgl. Kap. 6. 9 „Independent“ Motiv: Kreuz). Teilnehmer 15 benennt die Aussage des Stickers mit „Glauben, Freiheit“. In der historischen Geschichtsschreibung außerhalb der Skatekultur würde die Aussage dieses Motivs, das vom sogenannten Eisernen Kreuz nur durch die konvexen Endungen abweicht, definitiv mit gänzlich konträren Inhalten bezeichnet werden. Es scheint, als seien diese spezifischen Kreuzmotive innerhalb der Skatekultur bedeutungsvariiert und mit neuen skatekulturspezifischen Bedeutungen aufgeladen. Dies impliziert, dass die eigentlich etablierteren christlichikonografischen bzw. im zweiten Fall historischen Bedeutungen der Motive im Bildkontext der Skatekultur zu verblassen scheinen.

Zur Fundierung dieses Bildkontextwandels können Kirk Varnedoes Erläuterungen herangezogen werden. Varnedoe kuratierte u. a. die populär gewordene Ausstellung „High and Low: Modern Art and Popular Culture“ im Museum of Modern Art in New York. Das innovative Ausstellungskonzept thematisierte Adaptionen und Konvergenzen zwischen den Bereichen Kunst und Populärkultur. Varnedoe publizierte in diesem Zusammenhang einen begleitenden Ausstel-

⁶⁹² Vgl. Kap. 7. 4. 6.

lungskatalog, dessen Inhalte auch zur Erläuterung der Kunstadaptionen auf Skatestickern hilfreich sein können. Die in dieser Arbeit als Kunst und Populärkultur gegenübergestellten Bereiche differenziert Varnedoe durch das konträre Begriffspaar „High“ und „Low“. Mit dem Begriff „High“ bezeichnet Varnedoe den Bereich der Kunst.⁶⁹³ Die Bezeichnung „Low“ entspricht dem Bereich der dort sogenannten Trivialkultur.⁶⁹⁴

„Wir bezeichnen all diese Bereiche der Darstellung als ›nieder‹ oder ›trivial‹, nicht um sie kurzerhand abzuwerten (wir hoffen ganz im Gegenteil zeigen zu können, daß in ihren Gefilden Künstler zu finden sind, die Originelles und Eindrucksvolles geschaffen haben), sondern weil festzustellen ist, daß sie traditionell als irrelevant oder im Hinblick auf Qualität außerhalb der Diskussion eingestuft wurden und ihre Zielsetzungen, ihrem Publikum und ihren Mitteln nach allgemein als Gegensatz zu den ›hohen‹ Künsten galten.“⁶⁹⁵

In seinem Resümee erläutert Varnedoe seine Theorie zur Erklärung der Konvergenzen zwischen den Bereichen „High“ und „Low“. Er erklärt die in der Ausstellung dokumentierten Prozesse der Adaptionen und Konvergenzen zwischen verschiedenen Bereichen mit der Metapher eines Rades. Ein Rad, das Objekte, Ideen und Strategien von einem Bereich in den anderen überbringt⁶⁹⁶ und so einen Austausch zwischen beiden Bereichen ermöglicht:

„Der Austausch zwischen ‚High‘ und ‚Low‘ verlief nicht in Form eines Aufstiegs oder Abstiegs, jeweils in einer Richtung auf einer Leiter, sondern in Form der Drehung eines Rades. Die verschiedenen Stile oder Methoden, wie Kommunikation strukturiert wird, steigen oder fallen nicht von Sprosse zu Sprosse in irgendeiner starren ver-

⁶⁹³ Vgl. Varnedoe 1994 [1990]. S. 9.

⁶⁹⁴ In dieser Arbeit durch den Begriff Populärkultur bezeichnet.

⁶⁹⁵ Varnedoe 1994 [1990]. S. 10.

⁶⁹⁶ Varnedoe 1994 [1990]. S. 318.

tiken Hierarchie, sondern wandern herum von Gruppe zu Gruppe.“⁶⁹⁷

Auch wenn für Varnedoe im Gegensatz zu vorliegender Arbeit die umgekehrte Adaptionsrichtung im Fokus steht, nämlich die von der Trivialkultur bzw. Populärkultur in die Kunst und nicht wie hier von der Kunst in die Populärkultur, kann Varnedoes Metapher des Rades auch im Bereich der Kunstadaptationen auf Skatestickern als Erklärungsansatz für die genannten Prozesse angewendet werden: Skatesticker, die zunächst dem Bereich der Populärkultur angehören, sind im Sinne der Metapher des austauschenden Rades in die allgemeinen Konvergenzprozesse zwischen „High“ und „Low“ bzw. Kunst und Populärkultur miteinbezogen.

Varnedoe thematisiert außerdem ikonologische Dimensionen seines Konzeptes des Austausches zwischen „High“ und „Low“, auch wenn er dabei den Begriff der Ikonologie nicht explizit verwendet:

„Wenn wir die Radbewegung als gegeben annehmen, so heißt das nicht, daß wir uns selbst in einem hermetischen internen Dialog der Bilder einschließen. Es bringt statt dessen die Erkenntnis mit sich, wie die Muster der Veränderung in der modernen Kunst andere Muster des Wandels in der modernen Gesellschaft und anderweitig in der Geschichte reflektieren und umformulieren.“⁶⁹⁸

Neben Varnedoe bietet Boris Groys in seinem Essay „Über das Neue“⁶⁹⁹ einen ergänzenden Erklärungsansatz zur theoretischen Fundierung des Phänomens an. Selbst wenn nicht allen formulierten Thesen in Groys Kulturtheorie zugestimmt werden sollte⁷⁰⁰,

⁶⁹⁷ Varnedoe 1994 [1990]. S. 318f.

⁶⁹⁸ Varnedoe 1994 [1990]. S. 320.

⁶⁹⁹ Groys 1992.

⁷⁰⁰ Eine These, der beispielsweise nicht zugestimmt werden kann, ist die in dem Kapitel „Interpretation des innovativen Tauschs“ formulierte Auffassung, dass moderne Kunstmuseen christliche Kirchen absorbieren würden und der Kunstbetrieb eine das Christentum ersetzende, neue Religion sei (vgl. Groys 1992. S. 134f).

erweist sich das in „Über das Neue“⁷⁰¹ als Kernthese dargelegte Konzept des „innovativen Tausches“⁷⁰² als fruchtbarer Ansatz zur ergänzenden Erläuterung des Phänomens der Kunstadaptionen auf Skatestickern. Im Gegensatz zu Varnedoe legt Groys den Fokus seiner Beobachtungen weniger auf eine konkrete Dokumentation der Wandelprozesse, sondern vielmehr auf die Ergründung einer, diesen Prozessen zugrundeliegenden Kulturtheorie. Wird Groys eher allgemeine Kulturtheorie auf das konkrete Phänomen der Kunstadaptionen auf Skatestickern angewendet, kann folgende Schlussfolgerung gezogen werden:

Das Phänomen der Skatesticker würde mit seiner Zugehörigkeit zur Skateszene zunächst dem Bereich des profanen Raumes zugeordnet werden. Was mit der Bezeichnung des profanen Raums umrissen werden soll, beschreibt Groys u. a. im folgenden Abschnitt:

„Der Bereich, der aus allen Dingen besteht, die von den Archiven nicht erfaßt sind, kann man als den profanen Raum bezeichnen. Der profane Raum ist äußerst heterogen, da er aus den verschiedensten Dingen und den verschiedensten Gepflogenheiten des Umgangs mit ihnen besteht. Die Dinge des profanen Raums werden nicht eigens aufbewahrt; wenn sie nicht durch Zufall erhalten bleiben, verschwinden sie im Laufe der Zeit.“⁷⁰³

Der von Groys als profaner Raum bezeichnete Bereich scheint Varnedoes Low Culture bzw. dem hier verwendeten Begriff der Populärkultur zu entsprechen. In Opposition zum profanen Raum steht nach Groys das valorisierte kulturelle Gedächtnis⁷⁰⁴, welches auch und insbesondere die Kunst mit einschließt. Zwischen diesen beiden Bereichen konstatiert Groys den Prozess eines innovativen Tausches:

⁷⁰¹ Groys 1992.

⁷⁰² Groys 1992. S. 117ff.

⁷⁰³ Groys 1992. S. 56. An späterer Stelle erläutert Groys: „Hält man das Profane für die Wirklichkeit, d. h. für das reale und das aktive Andere der Kultur – wie es ja gemeinhin der Fall ist –, dann heißt das, daß Leben oder Wirklichkeit unablässig in die Kultur eindringen und sie modifizieren.“ In: Groys 1992. S. 64.

⁷⁰⁴ Vgl. Groys 1992. S. 119.

„Die Innovation vollzieht sich also hauptsächlich in der kulturökonomischen Form des Tausches. Dieser Tausch findet zwischen dem profanen Raum und dem valorisierten kulturellen Gedächtnis statt, das aus der Summe der kulturellen Werte, die in Museen, Bibliotheken und anderen Archiven aufbewahrt werden, besteht sowie aus den Gepflogenheiten, Ritualen und Traditionen im Umgang mit diesem Archiv. Als Folge jeder Innovation werden bestimmte Dinge des profanen Raums valorisiert und gelangen ins kulturelle Archiv, bestimmte Werte der Kultur dagegen werden abgewertet und gelangen in den profanen Raum.“⁷⁰⁵

Demnach könnten auch die Kunstadaptionen auf Skatestickern als ein Akt des innovativen Tausches zwischen profanem Raum und valorisiertem kulturellen Gedächtnis erklärt werden.⁷⁰⁶ Wird das Phänomen der Skatesticker unter dieser Prämisse beobachtet, können verschiedene Bewegungstendenzen diagnostiziert werden: Die Bilder, Motive, Stile und auch Strategien der Kunst diffundieren sozusagen vom valorisierten, kulturellen Archiv in den profanen Raum, ergo von der Kunst in die Populärkultur oder, wie es Varnedoe bezeichnen würde, von „High“ zu „Low“.

Auf einer räumlichen Ebene würde dies aussagen, die Bilder, Motive, Stile und auch Strategien der Kunst wechseln vom valorisierten Museum in einen profanen Raum. In Bezug auf das Phänomen der Kunstadaptionen auf Skatestickern bedeutet dies im konkreten Fall auch auf die urbane Straße. Wird dieser zumindest auf räumlicher Ebene evidente Bewegungsprozess im Sinne von Varnedoes Radmetapher betrachtet, könnte indessen eine abermalige Umdrehung des metaphorischen Rades vermutet werden, da die Bilder und Motive der Skatedecks und auch der Skatesticker in den letzten Jahren wiederholt im valorisierten Raum der Museen ausgestellt wurden. Einen solchen weitergeführten Wandelprozess dokumentiert etwa

⁷⁰⁵ Groys 1992. S. 119.

⁷⁰⁶ An dieser Stelle sollte allerdings angemerkt werden, dass aus der Perspektive der Skateszene die Skatesticker insbesondere in ihrer Funktion als Sammlerobjekte bereits einem valorisierten – skatekulturspezifischen – kulturellen Gedächtnis angehören würden.

das Bestehen eines eigens der Skateboardkultur gewidmeten „Skateboardmuseums“⁷⁰⁷, welches derzeit von Stuttgart nach Berlin umzieht oder auch die Wanderausstellung „Skateboardfieber“⁷⁰⁸, die in den letzten Jahren in mehreren europäischen Städten nicht nur Dokumente der Entwicklung der Skatekultur, sondern auch und insbesondere die Qualität der Deck- und Stickergrafiken in den Fokus rückte. Als weiterer exemplarischer Beleg kann zudem auf die Präsentation von Deckgrafiken⁷⁰⁹ in der Ausstellung „Trésors du quotidien? Europe et Méditerranée“⁷¹⁰ hingewiesen werden, die in Kooperation mit dem Musée des civilisations de l'Europe et de la Méditerranée in Paris stattfand.

Eben diese Prozesse würden im Sinne Varnedoes eine Kreisbewegung zwischen den verschiedenen Bereichen dokumentieren. Diese auf den Skatestickern präsentierten Bilder, Motive, Stile und Strategien wurden aus der High Culture adaptiert, in die Low Culture mit eingebunden und sind aus diesem Status heraus wieder in die High Culture konvergiert. Den wiederkehrenden bzw. durativen Austausch thematisiert auch Varnedoe:

„Von kleinen symbolischen Motiven, wie serifenlosen Lettern oder Benday-Punkten, über Strategien wie dem Gigantismus oder dem ‚Jumbo‘-Styling bis hin zu den großen Modellen, wie der Verwendung riesiger glatter Farbflächen für die Reklamewand, bleibt kein Stil oder Stilmittel an seinem ursprünglichen Platz fixiert, sondern geht mit der Bewegung eines Rades von ‚Low‘ zu ‚High‘ über und wieder zurück... und noch einmal.“⁷¹¹

Abschließend kann zusammengefasst werden, dass die zuvor erläuterten Argumente und Beispiele belegen, dass es sich bei den

⁷⁰⁷ Vgl. <http://www.skateboardmuseum.de/>. Stand: 28.01.2015.

⁷⁰⁸ Vgl. http://www.fauxami.de/event_sfs.html. Stand: 28.01.2015.

⁷⁰⁹ Zwar wurden in genannter Ausstellung vorwiegend Deckgrafiken ausgestellt, die gleichen Motive werden jedoch in vielfach ebenso als Skatesticker publiziert.

⁷¹⁰ Vgl. <http://www.tresorsduquotidien.culture.fr>. Stand: 28.01.2015.

⁷¹¹ Varnedoe 1994 [1990]. S. 319.

Kunstadaptionen auf Skatestickern um ein Konglomerat aus verschiedensten Beweggründen und Intentionen handelt.

Neben den eher individuellen und skatekulturspezifischen Motivationen scheinen sich außerdem, oben bereits erläuterte gegenwärtige Bildkontextwandelprozesse innerhalb des Phänomens Skatesticker abzuzeichnen. Aus einer ikonologisch orientierten Perspektive können die Kunstadaptionen auf Skatestickern als ein Symptom der Gegenwart verzeichnet werden, in welchem sich, u. a. durch technische Innovationen bedingt, ein reger Bildkontextwandel vollzieht.