
Inhaltsverzeichnis

1	Szenen als posttraditionale Vergemeinschaftungsform	1
1.1	Wandel industriegesellschaftlicher Strukturen	2
1.2	Posttraditionale Vergemeinschaftungen	8
1.3	Szenen	9
1.4	Inszenieren von Zugehörigkeit	16
1.5	Ableitung der Forschungsfragen und Festlegung des Untersuchungsgegenstands	20
1.6	Die Graffiti-Szene	24
1.6.1	Die historische Entwicklung des Graffiti-Begriffs	24
1.6.2	Skizze einer ersten lokalen Szeneformation	32
1.6.3	Erste Graffiti-Szene/n in Deutschland	37
2	Untersuchungsdesign	41
2.1	Protozoziologische Überlegungen und Anforderungen an die Methodik	42
2.2	Lebensweltanalytische Ethnographie	46
2.2.1	Forschungsgegenstand und Sampling	48
2.2.2	Methoden und Verlauf der Datenerhebung	50
2.2.2.1	Einstieg in die Erhebungsphase	50
2.2.2.2	Teilnehmende Beobachtungen	51
2.2.2.3	Beobachtende Teilnahmen und Verwendung von Artefakten	52
2.2.2.4	Explorative Interviews	54
2.2.3	Sicherung der Daten	57

2.2.3.1	Feldprotokolle und Artefaktanalysen	58
2.2.3.2	Transkripte	59
2.2.4	Methode der Datenauswertung	61
2.2.5	Methodendiskussion	65
3	Präsentation der empirischen Ergebnisse. Kontinuität und Wandel teilhaberelevanter Handlungen und Wissensbestände	69
3.1	Beschaffen(heit) wesentlicher Arbeitsmittel	71
3.1.1	Cans	71
3.1.2	Caps	79
3.1.3	Marker	83
3.1.4	Graffiti-Shops	84
3.1.5	Die Folgen zunehmender Ökonomisierung	87
3.2	Graffiti-Spots	90
3.2.1	Illegal(isiert)e Spots	90
3.2.1.1	Merkmale illegaler Spots	95
3.2.1.2	Checken als zentraler Akt der Vorbereitung	101
3.2.1.3	Mögliche Beweggründe für illegales Graffiti	103
3.2.2	Legal(isiert)e Spots	107
3.2.2.1	Merkmale legaler Spots	108
3.2.2.2	Ausstatten für eine gute Zeit	111
3.2.2.3	Mögliche Beweggründe für legales Graffiti	112
3.2.3	Halb-legale Spots	116
3.2.3.1	Merkmale halb-legaler Spots	117
3.2.3.2	Vorbereitungsstrategien auf Graffiti in Grauzonen	121
3.2.3.3	Mögliche Beweggründe für halb-legales Graffiti	123
3.2.3.4	Die Folgen zunehmender (Il-)Legalisierung	127
3.3	Szenetypische Graffiti-Formen aus Binnenperspektive	130
3.3.1	(K)eine Definition des Graffiti-Begriffs	130
3.3.2	Stylewriting als (konstruierte) Urform	132
3.3.3	Politisches Graffiti	145
3.3.4	Ultra-Graffiti	153
3.3.5	Street Art	160
3.3.6	Die Folgen ästhetischer Pluralisierung	167
3.4	Spotting	170
3.4.1	Konservieren durch Fotografieren	171

3.4.2	Präsentieren	176
3.4.3	Digitales Graffiti	181
3.4.4	Spotter	184
3.4.5	Die Folgen zunehmender Digitalisierung	187
4	Resümee. Die Veränderungsdynamik der Graffiti-Szene in Deutschland	197
4.1	Generationale Merkmale und Unterschiede in der (Anzeige von) Zugehörigkeit	200
4.1.1	Die erste Oldschool-Generation, Begründer einer Szene	201
4.1.2	Goldenes Zeitalter der zweiten Oldschool-Generation	204
4.1.3	Die Newschool	213
4.2	Zentrale Ergebnisse und Ausblick	219
	Literatur	223