

# Die Vergangenheit (k)lebt! – Erste quellenkundliche Überlegungen zum kultur- und geisteswissenschaftlichen Umgang mit Stickern

---

Von Ferdinand Leuxner

Sticker im Stadtraum werden in der Forschung vielfach als Ausdruck der weltweiten Street-Art (auch Urban Art, Post-Graffiti) Bewegung gesehen, die seit den 1990er Jahren in den Metropolen immer sichtbarer wurde und deren Exponenten spätestens um das Jahr 2000 herum in enger Zusammenarbeit mit Kunstgalerien auch auf dem Kunstmarkt geschätzt werden. Dabei existieren Sticker bzw. Aufkleber, also Papiere mit klebenden Stoffen auf der Rückseite, bereits viel länger und werden vielfältiger rezipiert. Im 18. Jahrhundert brachte man einzelne Papiere mit Leim an öffentlichen Plätzen an. Die Geste des Klebens, die schnell intergenerationelle Verbreitung fand, ist daneben eng mit dem Aufkommen von sogenannten Sammelbildern und deren Aufbereitung in den entsprechenden Alben verbunden, die im 19. Jahrhundert auf die Erfindung der Farblithographie zurückgeführt werden kann.

Als Erfinder der Sticker im engeren Sinne, also Objekten mit Selbstklebefläche, gilt der US-Amerikaner Richard Stanton Avery (1907-1997). Die ersten Exemplare produzierte Avery im Jahr 1935. Seine selbstklebenden Etiketten, deren Haftfähigkeit auf eine Kautschukoberfläche zurückgeht, wurden zunächst ausschließlich von der Werbeindustrie genutzt. Nach seinem Tod und dem Aufkommen digitaler Medien stieg die Erfindung von Avery allerdings zu einem Internetphänomen auf: Am 13. Januar – dem Geburtstag des Erfinders – begehen US-Stickerfans heute den National Sticker Day. Averys Erfindung wurde in den folgenden Jahrzehnten weiterentwickelt. So geht die heute vielfach an den Stickern angebrachte Kunststofffolie auf die Wuppertaler Firma von Werner Jackstädt zurück. Diese Form der Beklebung beschert den Stickern eine längere Haltbarkeit und eine höhere Widerstandsfähigkeit gegen Witterungseinflüsse.

Waren Sticker in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts noch eng mit Convenience-Produkten wie Einmachgläsern verbunden, vervielfältigte sich ihr Nutzen mit dem Aufkommen neuartiger Klebstoffe ab den 1950er Jahren. Obwohl bisher wenig Forschung zur Verbreitung von einzelnen Exemplaren geleistet wurde, können die ersten weltweit bekannten Sticker abseits von Industrieprodukten und Werbeflächen in den 1960er bzw. 1970er Jahren ausgemacht werden. Besondere Bedeutung in (West-)Deutschland erlangte die Prilblume, die man in den Verpackungen des gleichnamigen Spül- und Waschmittels der Firma Henkel fand. Sie wurde auf den Fliesen der Küchen in der Bundesrepublik Deutschland aufgebracht und stieg zu einem Symbol für das Wirtschaftswunder auf. Die Verwandlung des Fußballspiels von einem Breiten- zu einem Spitzensport, der in der Nachkriegszeit begann, kann ebenfalls eng mit der Entwicklung der Sticker in Verbindung gebracht werden: Sie führte zu einer Spezialisierung der bisher auf unterschiedliche Themen setzenden Albenhersteller. Für Mitteleuropa kann das 1961 in Italien gegründete Unternehmen Panini als Vorreiter auf dem neu entstandenen Massen-Markt gelten. Waren die bereits zuvor bekannten Sammelbilder (auch Zigarettenbilder) noch ohne Klebefläche geliefert worden und mussten im Kinderzimmer mühsam mit einem Klebstoff in einem Sammelalbum angebracht werden, griff Panini auf die neuartige und billige Klebetechnik zurück. Sticker stiegen schnell auch zu einem Zeichen der

68er-Bewegung in Westeuropa auf. Auf dem Auto angebrachte Exemplare verrieten auf den ersten Blick alles über die politischen Einstellungen der Fahrenden. Und auch die sozialen Bewegungen nutzten Aufkleber. Um Informationen über ihre Ziele einem breiten Publikum zugänglich zu machen, tauchten die Sticker in den 1970er Jahren erstmals auch im öffentlichen Raum auf. Die Distribution möglichst großer Mengen an Stickern führte zur Erfindung der sogenannten „Spuckis“ – Stickern ohne Selbstklebeflächen. Ihre Anbringung im öffentlichen Raum erfolgte, ähnlich wie bei einer Briefmarke, mit Speichel.

Über Sticker wird ein niedrigschwelliger Eingriff in den hegemonial beherrschten Stadtraum ermöglicht. De jure eine Ordnungswidrigkeit wird ihr Anbringen wie eine Sachbeschädigung behandelt. De facto existiert eine deutschlandweite Duldung der Praxis, wenn die Objekte die Verkehrssicherheit – beispielsweise durch ein Anbringen an Verkehrsschildern – nicht gefährden. Nichtsdestotrotz ist mit ihrer Verbreitung hoher symbolischer Gehalt verbunden. Die Auswahl des Ortes der Anbringung setzt auf hohe Sichtbarkeit und ist für die meisten Stickernden mit einer persönlichen Beziehung zu dem Ort der Distribution verbunden. Nicht selten werden Reisen zum Anbringen von Stickern genutzt, sodass ein persönlicher Fußabdruck in der Fremde entsteht. Das dabei genutzte Mittel ist provokativ. Sticker fordern die visuellen Narrative der Stadt heraus. Sie betonen die oftmals werbliche Nutzung des öffentlichen Raums, machen diesen sichtbar und setzen ihm etwas entgegen. Dabei stehen sie in der künstlerischen Tradition von interventionistischen und progressiven Bewegungen wie der Situationistischen Internationale, wenn auch Eingriffe von Stickern aus der Zeit der 1920er Jahre in Deutschland eher vonseiten des konservativen Lagers vorgenommen wurden.

Aufkleber ermöglichen aber auch das Gegenteil: Besondere Bedeutung erlangen Sticker an Straßen und Plätzen, die von der Forschung als „Nicht-Orte“ bezeichnet werden, aus denen sich die Hegemone – kommunale Akteure wie Firmen und Stadtverwaltung – zurückgezogen haben. Aufkleber stoßen als Erstes in die von Unternehmen und öffentlicher Hand freigewordenen Stellen vor und machen diese (zumeist künstlerisch) nutzbar. Sie helfen dabei die Stadt „as an affective space“ (Plantzos 2021, S. 160) neu zu organisieren, für den keine Gruppe allein Vorgaben durchzusetzen in der Lage ist. Sichtbarkeit bekommen auf diese Weise vor allem prekäre Bevölkerungsschichten, die über die Objekte ihrem Wunsch nach Teilnahme an der visuellen Kultur der Stadt Ausdruck verleihen können. In diesem Zusammenhang ist die grundsätzliche Verortung von Aufklebern als Kunstobjekte auch im Zusammenhang mit den Strömungen Land-Art und Ready Made hervorgehoben worden.

Die Bilder und Themen, die auf den Stickern behandelt werden, sind in höchstem Maße von der sie umgebenden Gesellschaft geprägt. In ihnen spiegeln sich in den 20er Jahren des 21. Jahrhunderts verstärkt die visuelle Kultur des Internets, vor allem die der sozialen Netzwerke. So spielen die Darstellungen und Sprüche auf den Aufklebern mit popkulturellen Motiven, die sie in der Folge variieren. Ähnlich wie bei auf Social Media verbreiteten Memes setzen die Sticker dabei kulturelle Inhalte voraus. Weit verbreitet – und bereits auf Stickern der 1980er Jahre geübt – ist hierbei das sogenannte Adbusting, bei dem Logos und Werbebotschaften entstellt und parodiert werden. Sie erfahren in der Folge Abwandlungen und Adaptionen, die selbst zu Kulturphänomenen aufsteigen können. Vor dem Hintergrund sich schnell wandelnder Moden schaffen sie ein neues Repertoire an Bildern und Botschaften abseits des Kanons. Die Botschaften können in der Folge kunst-, literatur- und kulturhistorisch entschlüsselt werden.

Grundsätzliche Probleme bei der Befragung der Sticker als Quellen liegen in ihrer Obsoleszenz begründet. Älteste Exemplare finden sich zumeist in Archiven und sind nicht mehr in-situ anzutreffen. Sie sind damit dem ursprünglichen Entstehungs- bzw. Distributionskontext

entzogen, dem sich in der Folge auch nicht mehr angenähert werden kann: Damit bleibt unklar, ob und in welcher Zahl historische Sticker aufgeklebt wurden, ob sie von Passant\*innen bemerkt und in der Folge rezipiert wurden. Dies schwächt ihren Quellenwert entscheidend, weshalb ihnen in der Folge weitere, entsprechend aussagekräftigere Quellen beiseitegestellt werden müssen.

Da auch neu angebrachte Sticker im öffentlichen Raum schnell verschwinden, steht für einzelne Exemplare vor einer historiografischen Bearbeitung die fotografische oder filmische Dokumentation im Zentrum. Bei der Befragung wird die klassische Hermeneutik (für den Textteil) um eine kunsthistorische Bildbeschreibung (für den Bildteil) ergänzt. Dabei kann für die Auswertung mit historiografischem Impetus auch auf ältere Fotodokumentationen zurückgegriffen werden. Da die Dokumentation von Stickern zu Forschungszwecken bisher nur punktuell erfolgte, geraten hierbei Orte in den Vordergrund, die aus anderen Gründen fotografisch festgehalten werden: Baulichkeiten mit Denkmalcharakter, markante Straßenzüge oder berühmte Grünanlagen werden vielfach zu einem Fotomotiv erkoren. Vor Ort angebrachte Sticker, die von Besuchen zeugen, werden auf diesen Fotografien im Hintergrund mitüberliefert. In der Folge lässt sich für diese Orte eine Distributionsgeschichte der Sticker schreiben.

Obwohl Sticker als weltweites Phänomen gelten können, ist von einer wissenschaftlichen Erfassung mit globalem Ansatz abzuraten, da kunsthistorische, textuelle und kulturelle Bezüge der allermeisten Exemplare sich vor allem auf das lokale Umfeld beziehen. Damit rücken die Anbringungs-Orte der Sticker in den Vordergrund: Obwohl sich Aufkleber generell an jeder glatten Oberfläche im Stadtraum befinden können, sind Ballungen auszumachen. Diese werden in der Forschung als Sticker Museen bezeichnet, sollen im Folgenden aber aufgrund ihres performativen Charakters und der fehlenden Kuratierung, vielmehr als Sticker-Symposien angesprochen werden. Sind solche Symposien als Knoten in einem Netzwerk zu verstehen, bilden die Sticker in einzelnen Stadtbezirken oder entlang von -rundgängen die Verbindungslinien ab. Kommuniziert wird innerhalb der stickernden Community, zu der potentiell jede\*r Passant\*in gehören kann, durch Performanz: Aufkleber werden geklebt, abgerissen oder überklebt. Dabei können sowohl ästhetische, eher am Bild orientierte, Motive im Hintergrund stehen, als auch mehr auf den Text bezogene inhaltliche Überlegungen.

## Literaturauswahl

---

Winfried Baumgart (Hg.): Quellenkunde zur deutschen Geschichte der Neuzeit von 1500 bis zur Gegenwart. Band 3: 1919 bis 1990. Paderborn 2018.

Beate Binder, Dagmar Neuland-Kitzerow, Karoline Noack (Hg.): Kunst und Ethnographie. Zum Verhältnis von visueller Kultur und ethnographischem Arbeiten (= Berliner Blätter Heft 46). Münster 2008.

Marvin Chlada, Bernd Kalus (Hg.): Situationistische Internationale (= Texte zur Dialektik Bd. 7). Duisburg, Istanbul 2016.

Reinhild Freitag (Hg.): Street Art München. Stencils, Graffiti, Stickers .... München 2012.

David Harvey: Rebellische Städte. Vom Recht auf Stadt zur urbanen Revolution. 2. Auflage. Berlin 2013.

Felicity Jenz: „Die Welt in Bildern“. Zigaretzensammelbilder als Fenster zur Ferne. In: Zeitschrift für Weltgeschichte — Interdisziplinäre Perspektiven. 21. Jhg., Heft 2 (2020). Berlin 2020. S. 297–314.

Greil Marcus: Lipstick Traces. Von Dada bis Punk – Kulturelle Avantgarden und ihre Wege aus dem 20. Jahrhundert. Mainz 2022.

Matthias Marx, Matthias Müller, Andreas Ullrich (Hg.): Stickers from the first international sticker award. Berlin 2006.

Matthias Müller, Andreas Ullrich (Hg.): Stickers 2. Dresden 2009.

Dimitros Platzos: Bodies in the city. Athenian street art and the biopolitics of the ‘Greek Crisis’. In: Argyro Loukaki (Hg.): Urban Art and the City. Creating, Destroying and reclaiming the sublime (= Routledge Critical Studies in Urbanism and the City Vol. 5). London, New York 2021. S. 149-165.

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

Nora Schmidt: Das Trottoir als Galerie. Ein Beitrag zur soziologischen Theorie der Street Art (= Socialia Bd. 5). Hamburg 2009.

Anna Waclawek: Graffiti und Street Art. Übers. von Marcus Mohr. Berlin, München 2012.

Claudia Walde: Sticker City. Paper Graffiti Art. London 2007.

---

Ferdinand Leuxner M. A. – Jhg. 1990, Studium der Museologie und der Geschichte. Publikationen zu den Human-animal studies, Green History, Geschichte der Kulturlandschaft.

Alle Rechte am Text liegen beim Autor. Duisburg 2025.